

GUIA DO

ARTISTA VISUAL

Inserção e

Internacionalização

GUIA DO ARTISTA VISUAL

Inserção e Internacionalização

MINISTÉRIO DA
CULTURA



MAPA DE CONTEÚDO

Apresentação

07

Introdução

08

PARTE A - O ARTISTA E O SISTEMA

1 - O sistema da arte e suas especificidades

13

- As 3 dimensões do sistema da arte **13**
- As dinâmicas do sistema da arte **14**
- Agentes do sistema da arte **15**
- Plataformas do sistema da arte **17**

2 - O sistema da arte no Brasil

20

- Formação histórica **20**
- Leis de incentivo **24**
- Editais públicos e privados **26**
- Prêmios públicos e privados **26**
- Políticas públicas **27**

3 - O artista e o sistema da arte

28

4 - Os agentes do sistema

29

- Museus e instituições **29**
- Espaços autônomos **30**
- Curadores de arte **32**
- Críticos de arte **34**
- Colecionadores **35**
- Bienais **36**
 - Calendário de bienais no mundo **39**
- Galerias de arte **40**
 - Mercado primário **40**
 - Mercado secundário **42**
- Consultores de arte **43**
- Casas de leilão **44**
- Feiras de arte **46**
 - Calendário de feiras no mundo **49**
- O papel das feiras e das bienais **51**

PARTE B - PRODUÇÃO

1 - Formação e capacitação do artista 53

- Contexto 53
- Academia x mercado 53

2 - Relação entre o artista e a obra 54

- Obras seriadas, edições e múltiplos 54
- Obras comissionadas 55
- Site-specific 56
- Projetos 56
- Livro de artista 56
- Formas de catalogação 57
 - Como organizar as informações 57
 - Como catalogar a sua obra 58
- Ficha técnica 58
 - Como preencher uma ficha técnica 59
- Registro fotográfico 59
 - Passo a passo para fazer o registro fotográfico 59
 - Registro profissional por fotógrafo 62
- Noções básicas de conservação, restauro e armazenagem 63
 - Como cuidar do seu acervo 63
- Outros documentos 68
 - Transporte de obras 68
 - Certificado de autenticidade 69

3 - Apresentação da produção 70

- Elaboração de textos autorais (artists' statements) 70
- Currículo profissional e miníbio 71
 - Como fazer seu currículo 71
 - Como fazer sua miníbio 73
 - Construção do portfolio 73
- Como organizar visitas ao ateliê (studio visits) 74

4 - Uso das plataformas digitais 75

- Contexto 75
- Como criar suas plataformas digitais 76
 - Site 76
 - Plataformas institucionais e comerciais 77
 - Redes sociais 78

5 - Apresentação de projetos para bolsas, prêmios e residências 79

- Como se informar 79
- Fazendo escolhas estratégicas 80
- Como preparar uma candidatura 81
- Questões práticas e legais de residências internacionais 82
- Repatriação de obras produzidas no exterior 82
- Mudança de país: isenção fiscal 83

6 - Planejamento e execução de uma exposição 84

- Idealização 84
- Pré-produção 84
- Cronograma e orçamento 85
- Produção 86
- Pós-produção 87
- Ações socioeducativas e monitoria 87

7 - Relação com imprensa, editoras e demais canais 88

- Material de divulgação 88
 - Press release 89
 - Mailing list e e-mails de divulgação 89
- Relacionamento com a mídia 90
- Editoras e publicações próprias 91
 - Passo a passo para fazer a sua publicação 92
 - Venda independente 93

8 - Arte aplicada, licenciamento e indústria criativa 94

PARTE C - OPERACIONALIZAÇÃO

1 - Pessoa jurídica x pessoa física 96

- Qual é a diferença? 96
- Planejando virar PJ 97
- Características da pessoa física 97
- Características da pessoa jurídica 101

2 - Como virar pessoa jurídica 103

- Por que virar PJ 103
- MEI 103
 - Limite de faturamento 103
 - Benefícios 104
 - Tributos e obrigações 104
 - Preparação 105
 - Desenquadramento 106
- Simples nacional 107
 - Limite de faturamento 108
 - Benefícios 108
 - Tributos e obrigações 108
 - Preparação 111
- 8 passos para abrir uma microempresa ou empresa de pequeno porte 111
 - Contratação de colaboradores 112
- Como fica a empresa em caso de dívida 114

3 - Planejamento de carreira 114

- Traçando estratégias 114
- Por que se profissionalizar 115
- Planejamento de carreira 115
- Networking: construindo redes de contato 117

4 - Direitos autorais 117

- Direito patrimonial e direito de autor 117
- Direitos morais 118
- Requisitos para proteção de obras 118
- Direitos de imagem da obra 119
- Limites da citação 119
- Direitos de terceiros x plágio 119
- Direito da personalidade 119
- Direito de sequência 120
- Liberdade de expressão 121

5 - Relação com a galeria nacional e internacional 121

- Relação comercial 121
 - Trabalho sem vínculo 121
 - Representação comercial 122
- Tabela das comissões pagas a galerias pelo agenciamento 123
- Relação jurídica: tipos de contrato 123
 - Contrato de consignação de obra de arte 123
 - Contrato de representação exclusiva 124
 - Contrato de parceria e comercialização de obra 124
 - Contrato de compra e venda de obra 124
 - Contrato de compra de obra sob encomenda 124
 - Termos dos contratos 124

6 - Relação com instituições nacionais e internacionais 126

- Vendas 126
- Empréstimos 126
- Doações 127

7 - Relações com coleções privadas e corporativas 128

- Histórico 128
- Vendas 128
- Empréstimos e doações 129
- Mecenato 129

8 - Plataformas de venda online 130

- Contexto 130

9 - Precificação das obras 130

- Como encontrar o valor ideal? 130
- O que é o valor por metro? 133
- Trabalho em série 133
- É bom dar desconto? 134

10 - Obrigações de comunicação ao Iphan 134

- Medidas para prevenir a lavagem de dinheiro 134
- Situações consideradas suspeitas de lavagem de dinheiro 135

PARTE D – INTERNACIONALIZAÇÃO

1 - Um breve histórico 138

2 - Por que pensar em internacionalização 140

- 3 razões para internacionalizar sua arte 140
- 2 estratégias para se internacionalizar 141
 - Criar suas próprias oportunidades 141
 - Atuar com agentes e plataformas de internacionalização 141
- Agentes e plataformas de internacionalização 141
- Como se preparar 143

3 – Comércio exterior: definições 143

- O que é 143
- Quais são as regras 143
- Operações básicas 144
 - Exportação 144
 - Importação 144
- Parcerias internacionais 145
- Vendas diretas 145
- Órgãos públicos e facilitadores envolvidos no processo 146
- Receita Federal do Brasil (RFB) 146
- Despachante aduaneiro 147
- Corretoras de câmbio 147
- Banco Central do Brasil 148
- Iphan 148

4 - Como se preparar: requisitos jurídicos, administrativos e burocráticos 148

- Pessoa física ou jurídica? 148
- Por onde começar 149
- Habilitação no Radar 149
- Registro no SISCOMEX 150

5 - As modalidades de exportação 150

- Exportação definitiva 150
- Exportação em consignação 151
- Exportação temporária 152
- Exportação direta 154
- Exportação indireta 155
- Exportação de serviços 156

6 - As modalidades de importação 157

- Importação definitiva 158
- Regime de admissão temporária 159

7 - Formação de preços para o mercado internacional 160

- Custos que impactam a exportação 160
- Custos que impactam a importação 160
- Simulação da formação de preços 161

8 – Transações comerciais internacionais 162

- Quem pode fazer a venda 162
- Como receber pela transação 163
- Documentos necessários 163

Referências Bibliográficas 165

Agradecimentos 169

Ficha Técnica 170

APRESENTAÇÃO

Responsáveis por 2,64% do PIB brasileiro, as atividades culturais e criativas são vocações da sociedade brasileira e constituem um setor dinâmico da economia e da vida social do país. Apresentam elevado impacto sobre a geração de renda, emprego, exportação, valor agregado e arrecadação de impostos. Têm ainda uma presença crescente no dia a dia dos cidadãos, contribuindo decisivamente para a formação e a qualificação dos indivíduos, o reforço dos elos identitários e a construção de uma imagem positiva do Brasil. Produzem ativos com duplo benefício: econômico e social. São, portanto, vetores de desenvolvimento.

O lançamento deste Guia integra o esforço do Ministério da Cultura para estimular o crescimento da economia criativa brasileira e valorizar o setor, que pode (e deve) ser apoiado pelo poder público. A política cultural é essencialmente uma política de promoção de desenvolvimento econômico e social. E o estímulo à profissionalização de artistas, produtores e empreendedores constitui um elemento fundamental desta política. Espero que as informações e orientações apresentadas aqui sirvam para impulsionar a produção dos nossos artistas visuais e sua difusão nos mercados interno e externo. Desta forma, as artes visuais brasileiras contribuirão ainda mais para o país. Talento não falta.

Sérgio Sá Leitão,
Ministro da Cultura

INTRODUÇÃO

O Guia do artista visual: inserção e internacionalização se tornou possível por meio de um edital aberto pelo Departamento de Promoção Internacional do Ministério da Cultura em parceria com a UNESCO. A feliz iniciativa foi motivada pela percepção de que só são possíveis a organização e o crescimento saudáveis de um setor por meio da consolidação das forças que o erguem e o fazem operar.

No caso do setor das artes visuais, considera-se o próprio artista elemento propulsor do sistema e, sua produção intelectual e plástica, a única razão de ser da prática de todos os demais agentes envolvidos nesta cadeia. Portanto, acredita-se que, quanto melhor for a atuação do artista, melhor se darão as relações entre os demais participantes do setor e mais assertivas serão as ações que levarão suas proposições aos diferentes públicos.

Colaboradores

PARA CUMPRIR O DESAFIO de reunir em um só documento as várias questões que orbitam, regem e impactam a prática do artista, entendeu-se que seria necessário a formação de uma equipe multidisciplinar para somar diferentes saberes e dar densidade aos assuntos de interesse.

Essa **equipe técnica** foi formada por convite feito em março de 2018 a profissionais que atuam no sistema da arte e têm contato diário com as questões abordadas. Colegas das seguintes áreas se comprometeram: administrativa, contábil, jurídica e de comércio exterior, comunicação e curadoria. O grupo trabalhou por oito meses e constituiu o núcleo duro responsável pelo projeto.

Somou-se a essa equipe técnica, paralelamente, uma turma de cinco alunos **voluntários** do curso de artes visuais por meio de uma parceria com o Centro Universitário Belas Artes de São Paulo. Essa turma realizou a análise de dados da pesquisa interna –

sobre a qual falaremos a seguir –, proposta pelo projeto e conduzida junto a artistas em atividade.

Além disso, houve o convite a representantes do setor de artes visuais para aconselhamento sobre as diretrizes tomadas e sobre o conteúdo em si. A esse grupo chamou-se **Comitê Científico**, e ele foi composto por uma artista, uma gestora cultural e uma produtora cultural, além da equipe do próprio Ministério da Cultura.

Por fim, para **finalização** do material e tradução deste denso documento em uma linguagem de fácil consulta e entendimento, trabalhamos com uma equipe de duas editoras, uma revisora e dois designers.

Ficamos agradecidos pela oportunidade de ter trabalhado com tantos colaboradores diferentes em contato com a equipe técnica. A troca constante e em tantas frentes tornou o material muito mais rico e, esperamos, mais propenso a atingir os objetivos colocados.

A Ficha Técnica que nomeia todos os citados acima encontra-se no final do Guia.

Premissas e objetivos

HOUVE MUITAS MUDANÇAS nos últimos quinze anos no setor de artes visuais no Brasil. Com a crescente profissionalização do sistema da arte no Brasil e sua internacionalização como um todo, surge a necessidade do artista também buscar o aperfeiçoamento de suas práticas administrando dificuldades e eliminando obstáculos de diferentes naturezas que possam estar impedindo o desenvolvimento de todo seu potencial.

TENDO ISSO EM VISTA, A EQUIPE DO PROJETO ACORDOU AS SEGUINTESS PREAMISSAS:

- Reconhecer e acolher a diversidade de oportunidades profissionais que se apresentam a artistas de diferentes territórios, origens, formações e gerações;

- Apresentar ao artista os cenários, ferramentas e regulações para que ele próprio decida quais são as melhores estratégias e caminhos a serem seguidos de acordo com seu propósito;
- Não oferecer uma receita de sucesso, pois acreditamos que isso não exista. Ao invés disso, apresentar opções para que o artista perca menos tempo e energia em seus esforços a fim de atingir seus objetivos mais assertivamente;
- Organizar a informação e adequar a linguagem de forma a facilitar a leitura e a consulta.

E, A PARTIR DESSAS PREMISSAS, FORAM TRAÇADOS OBJETIVOS PARA ESTE DOCUMENTO. SÃO ELES:

- Formular um conteúdo abrangente o suficiente para ser útil integral ou parcialmente a artistas com diferentes graus de maturidade, oportunidades profissionais e objetivos de carreira;
- Sensibilizar o artista para a importância de desenvolver competências decisórias, de gestão e comunicação para que, além do desenvolvimento do seu trabalho artístico, ele também esteja preparado para administrar sua carreira a médio e longo prazos;
- Organizar os temas de maneira a permitir consultas pontuais a questões mais urgentes e específicas ou uma leitura corrida com desencadeamento de assuntos interligados;
- Criar um material que também possa ser útil a demais agentes do sistema e pesquisadores da área, organizando, por exemplo, uma extensa lista de referências bibliográficas.

A pesquisa:

80

questões

220

artistas
contatados
diretamente

25

multiplicadores

117

respondentes

Pesquisa interna

PARA CUMPRIR AS PREMISSAS citadas anteriormente, a equipe mobilizou-se para realizar uma pesquisa interna que permitisse consultar os artistas sobre seu perfil, sua forma de atuação, suas principais dificuldades e obstáculos. Este item não estava previsto no edital e foi uma iniciativa da equipe técnica para alicerçar e alinhar nossas decisões às práticas correntes dos artistas.

Foi criado internamente um questionário online de cerca de 80 questões. Este questionário foi distribuído a uma lista de inicial de 220 artistas com a ajuda de cerca de 25 multiplicadores. A lista de artistas foi construída a partir de contatos dos próprios membros da equipe técnica e o critério de construção foi buscar a diversidade nas questões geracionais e de território, além do grau de maturidade e experiência. Foram incluídos alguns artistas brasileiros residentes fora do país e artistas estrangeiros residentes no Brasil.

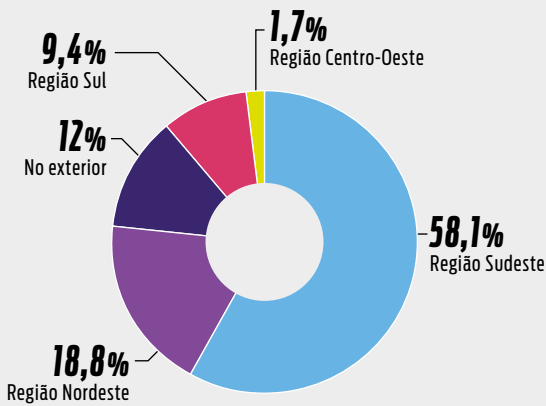
Em relação aos multiplicadores, buscamos ajuda de curadores, gestores, produtores, jornalistas e professores para distribuir o questionário em seus círculos, ampliando o alcance quantitativo e qualitativo de potenciais respondentes. Ao final tivemos 118 respondentes sendo que 1 não permitiu o uso de suas respostas. Portanto, na prática, foram 117 respondentes.

Como condição fundamental, as respostas foram anônimas e só foram divulgadas de forma consolidada e não individualizada. O questionário concentrou-se nas seguintes sessões:

- 1 - Formação**
- 2 - Práticas profissionais**
- 3 - Inserção comercial**
- 4 - Inserção institucional**
- 5 - Vivendo de arte**
- 6 - Esferas de atuação**

Perfil dos respondentes:

Onde residem



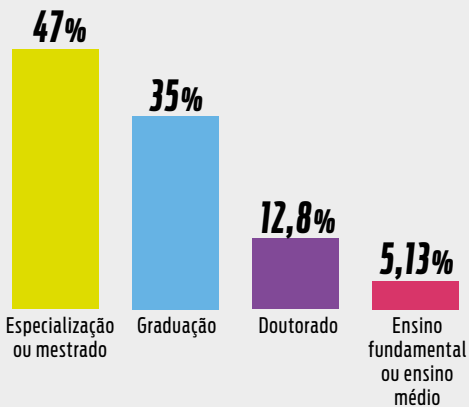
Formação

Artes visuais,
Arquitetura,
Design,
Cinema/ Audiovisual
e Publicidade e propaganda

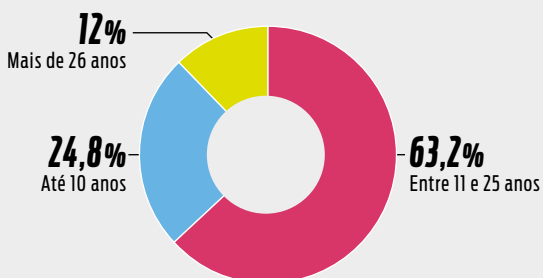
22%

Dos artistas respondentes possuem mais de uma área de formação

Nível de estudo



Tempo de carreira

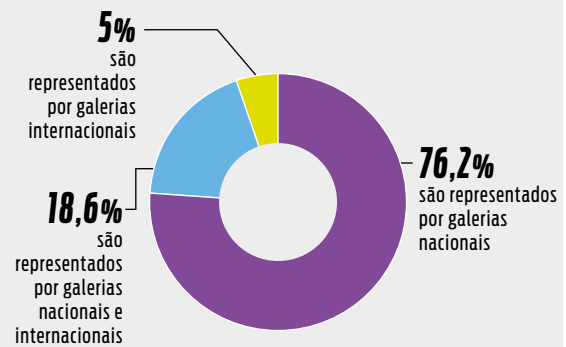


Representação comercial

50,4%

são representados por galerias de arte nacionais ou internacionais

Deste grupo,



IMPORTANTE

A equipe entende que esta pesquisa é uma referência. Seus resultados e alcance certamente são limitados e estão longe de representar o universo de artistas em atividade no Brasil. Lembramos que esta iniciativa não é o principal objetivo deste documento e sequer foi elaborada e analisada por profissionais especializados em estatística. Ela é um acessório ao conteúdo principal desenvolvido para suportá-lo e confrontá-lo com a realidade de um segmento.

Resultados coletados e analisados a partir das respostas ao questionário estão distribuídos ao longo dos capítulos engajando-se com os respectivos temas. Nestes casos, a fonte dos dados sempre será citada como "Pesquisa própria".

NÃO EXISTE UMA ORDEM determinada para uso do Guia. A sua organização convi-da a uma leitura corrida ou consulta pontual. O leitor pode usufruir da infor-mação conforme sua necessidade es-pecífica ou fazer uma apreensão mais panorâmica do conteúdo na ordem que mais lhe convier.

O conteúdo está organizado em quatro grandes partes. Estas se refe-rem aos diferentes universos que per-meiam a carreira do artista visual. Não há hierarquia entre elas até porque, na prática, são como pratos que o artis-ta mantém rodando simultaneamen-te. As partes e o posicionamento dos conteúdos não sugerem um encadea-mento linear de ações, roteiro, percur-so ou passo a passo.

A PARTE A trata do **Artista e o siste-ma da arte**, e aqui estão informações gerais sobre as dimensões e dinâmicas do sistema da arte no Brasil, seus agen-tes, plataformas e outras informações históricas que ajudam o artista a situar o sistema da arte dentro de um con-texto maior e situar a si próprio dentro da cadeia produtiva da arte. Esta parte traz também uma descrição genérica sobre cada um dos agentes do siste-ma e suas plataformas.

A PARTE B abrange temas relacionados à **Produção**, à formação do artista, à criação de arquivo, noções de cata-logação, manutenção, conservação e restauro de obras, documentação necessária para a proteção do artista e sua obra. Além disso, discorre sobre a elaboração do currículo, portfólio, e textos autorais e a formulação de pro-jetos para diferentes fins. Assuntos li-gados à comunicação e à difusão da obra do artista são também tratados nesta parte.

À PARTE C chamamos de **Operaciona-lização** e aborda assuntos de cunho administrativo, contábil e jurídico. Aqui estão explicados de maneira simpli-

ficada, visando esclarecer e auxiliar o artista a tomar a melhor decisão na hora de se estabelecer juridicamente, contratar colaboradores. Também são fornecidas informações importantes sobre planejamento e gestão de car-reira. Questões comerciais com outros agentes, de precificação de obras e direito autoral são encontradas nesta parte do Guia.

POR FIM, A PARTE D apresenta o tema da **Internacionalização**. São expos-tas aqui razões, formas e estratégias para se internacionalizar e os diver-sos agentes e plataformas envolvidos nesse processo, bem como noções de comércio exterior e suas operações em diversas modalidades. Além disso, esta parte aborda temas da comer-cialização de obras como precificação para o mercado internacional e transa-ções internacionais, seus procedimen-tos e documentos necessários.

COM ESTE MATERIAL em mãos o artista é capaz de cuidar de sua carreira de for-ma consciente, estabelecendo estraté-gias e relações criteriosas para sua ges-tão. Trata-se também de uma valiosa ferramenta que vai ajudar a reconhecer e superar os diversos desafios que po-dem aparecer no que, esperamos, seja uma longa e gratificante carreira.

Boa leitura!

Equipe técnica:

Cristiana Tejo

Cristiane Olivieri

Danielle Giovi Abrahamsson

Júlia Frate Bolliger

Márcio Cândido

Mônica Novaes Esmanhotto

Victor Gomes

Willian Galdino

O

ARTISTA

EO

SISTEMA

1 O sistema da arte e suas especificidades

As 3 dimensões do sistema da arte

O **SISTEMA DA** arte é o termo genérico que denomina o espaço onde circulam ideias, pessoas, obras e trajetórias ligadas a uma **cena artística**. É uma cadeia de trabalho dinâmica e orgânica. Suas relações simbióticas envolvem indivíduos, organizações e o poder público para promover o encontro entre proposições artísticas e as pessoas, contribuindo assim para o desenvolvimento humano e social.

Todas essas instâncias são responsáveis, direta e indiretamente, pela produção, difusão, validação e comercialização não apenas de objetos, mas também de eventos e projetos artísticos, oportunidades de intercâmbio e extensão em pesquisa. Esse sistema se organiza, portanto, em três dimensões que regem as ações, relações e trocas que se dão dentro do sistema e entre o sistema e a sociedade em geral.

DIMENSÃO SIMBÓLICA

É a que trata o discurso artístico como reflexo e amplificações de manifestações do **pensamento de seu tempo**. Proposições que elaboram, reverberam, confirmam e contradizem discursos construídos coletivamente por vozes diversas: público, teóricos, agentes institucionais e acadêmicos.

É justamente a dimensão simbólica que **diferencia o setor cultural** – em todas as suas manifestações – de outros setores da sociedade produtiva. Nessa dimensão, encontram-se em plena atividade o grande público da arte e também jornalistas, críticos, curadores, pesquisadores, editores de livros, entre outros. É nela que se validam e se legitimam a obra e o artista.

DIMENSÃO POLÍTICA

Rege a relação da arte com a política cultural e tem o Estado idealmente como garantidor da **relevância social das obras** (por meio da preservação de acervos, por exemplo), apoiador direto e indireto de projetos artísticos, facilitador da formação e formalização da cadeia produtiva e promotor do próprio sistema como pilar de desenvolvimento para o país ao posicionar a cultura no âmbito educativo, econômico e estratégico.

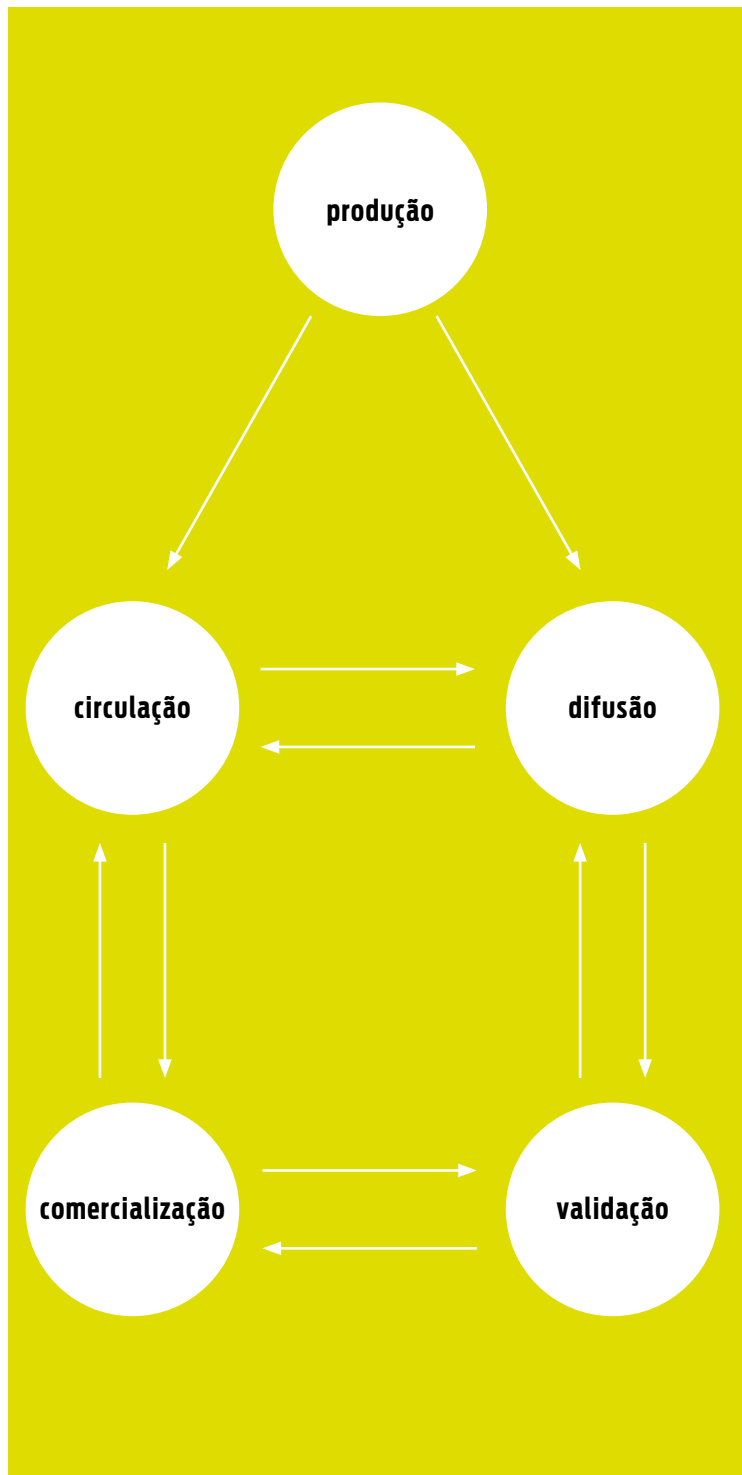
Nessa dimensão, encontram-se os agentes institucionais, todas as **políticas públicas** para aquisição e circulação de obras e pessoas, apoios e fomentos a projetos, subsídios à capacitação e profissionalização de agentes do sistema e manutenção, expansão e multiplicação dos espaços públicos de experimentação e exposição.

DIMENSÃO ECONÔMICA

Trata das **relações de trabalho e comércio** que acontecem dentro da cadeia produtiva da arte (como a contratação de serviço entre agentes do sistema), do mercado de arte que rege a comercialização de obras e projetos artísticos e, finalmente, de todas as reverberações econômicas que as plataformas do sistema, como por exemplo as feiras e bienais geram (como a movimentação de fluxo de visitantes que podem causar impactos nos setores hoteleiros, turísticos e gastronômicos). Sua lógica é semelhante à de qualquer outra cadeia de produção e consumo de bens. Essa dimensão compreende a **produção** (o artista), a **distribuição** (todos os intermediários e eventos que promovam venda de obra como leilões e feiras de arte) e o **consumo** (coleccionadores, fundos de investimento, instituição). Nessa dimensão, o público geral não é considerado consumidor.

As dinâmicas do sistema da arte

Antes de comentarmos cada um dos agentes e das plataformas envolvidos no sistema da arte, é importante entender as ações executadas pelos agentes e viabilizadas pelas plataformas. São elas: produção, difusão, circulação, validação e comercialização da produção artística.



PRODUÇÃO

Criação, elaboração, desenvolvimento e execução de proposições artísticas que podem vir a se enunciar ou materializar em forma de projeto, ação, ocupação ou objeto artístico.
Agentes: artista ou coletivo artístico.
Plataformas: locais de formação e prática do artista (ateliês, oficinas, escolas e faculdades) e residências artísticas.

DIFUSÃO

Expansão ou transbordamento do conteúdo e pensamento crítico sobre a obra produzido pelo artista e formadores de opinião para atingir outros agentes do sistema e o público.
Agentes: artistas, curadores e críticos.
Plataformas: publicações impressas e digitais, canais de comunicação e redes sociais.

CIRCULAÇÃO

Apresentação da proposição artística, no formato escolhido pelo artista (objeto, intervenção no espaço, ação performática, etc.), e em seu encontro com o público. A circulação prevê a possibilidade de deslocar essa oportunidade fisicamente para outros espaços, perseguindo o contato com outros públicos.
Agentes: produtores culturais, galerias de arte, museus.
Plataformas: exposições, bienais, feiras e salões de arte.

VALIDAÇÃO

A validação ou legitimação da proposição artística passa pela **análise, absorção e ratificação de um discurso cultural** que aquela obra promove ou representa. Está intimamente ligada à dimensão simbólica do sistema da arte, em que os valores subjetivos atrelados à obra encontram aderência com um conjunto de práticas sociais (do popular ao intelectual) mais amplo. A validação passa por filtros que não estão relacionados somente à relevância cultural da obra ou ideia, mas também por chancelas ligadas a notoriedade, reputação e rede de rela-

cionamento dos agentes validadores.
Agentes: curadores, críticos, museus e coleções.

Plataformas: bienais, exposições, editais, salões, prêmios, feiras, publicações e residências.

COMERCIALIZAÇÃO

Diz respeito ao que acontece no âmbito do **mercado de arte**, que, por sua vez, está fundido ao sistema da arte. A objetificação da proposição artística, sua precificação e o vínculo entre a construção de valor econômico e simbólico são alguns dos vários temas que derivam da prática de comercializar algo que, à princípio, tem uma função social não objetiva.

Agentes: galerias de arte, *marchands* e escritórios de arte, casas de leilão e coleções (particulares, institucionais e corporativas).

Plataforma: feiras de arte, galerias, casas de leilão.

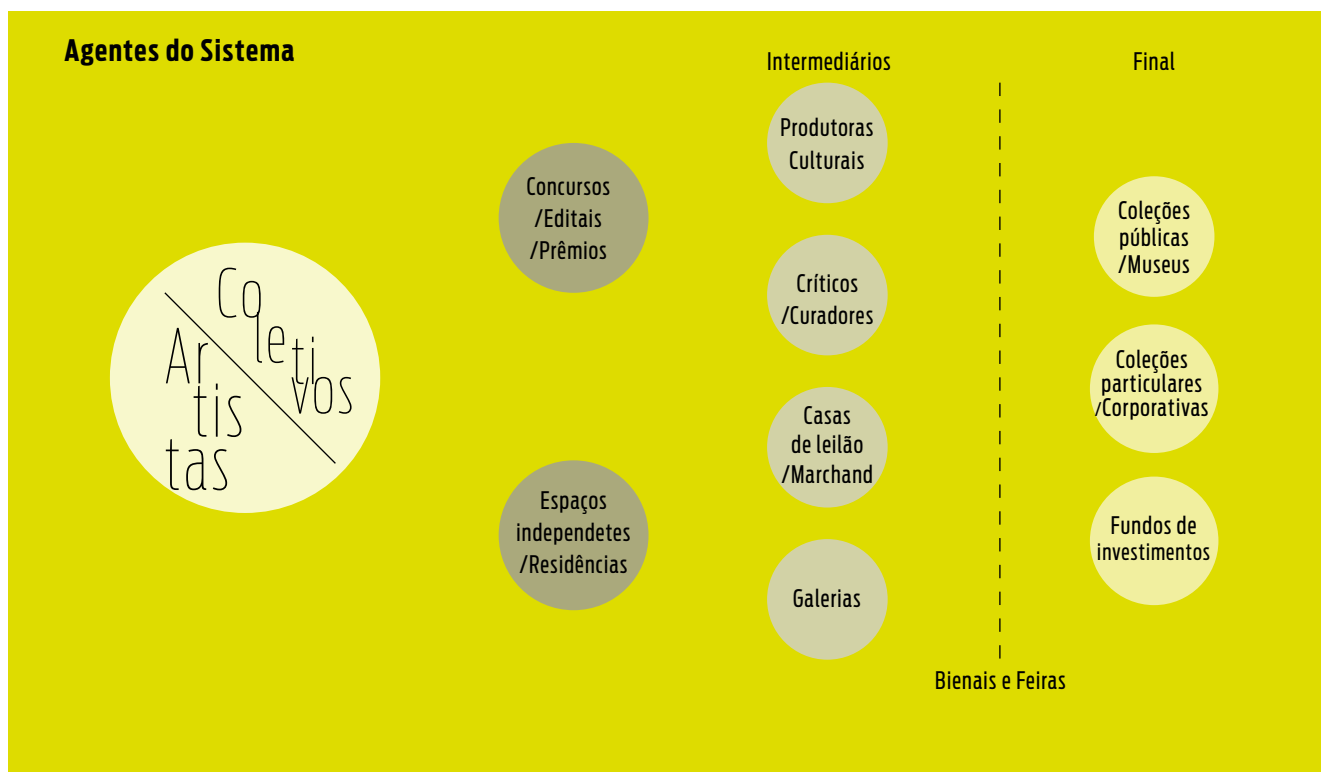
Todas essas ações ocorrem não de forma linear, mas de forma dinâmica, tridimensional, simultânea e encadeada. Todas as manifestações dentro do sistema da arte, no circuito mais hegemônico e no circuito alternativo, estão ligadas a uma ou mais ações das cinco descritas acima e, conseqüentemente, reverberam as noções contidas pelas dimensões simbólica, política e econômica.

Agentes do sistema da arte

O SISTEMA DA arte é composto por uma cadeia produtiva formada por indivíduos, empresas, organizações e instituições que promovem ações e relacionam-se entre si. Em um cenário ideal, um sistema da arte em equilíbrio não tem hierarquia entre os agentes. Como num ecossistema ou organismo biológico, a carência ou profusão de um agente, assim como o enfraquecimento ou preponderância de outro, são sinais de desequilíbrio que prejudicam o sistema como um todo.

O artista é o elemento propulsor desse sistema: sem ele, o resto da cadeia passa a não ter propósito. No entanto, o artista sozinho dificilmente consegue promover, divulgar, apresentar e comercializar seu próprio trabalho. Como seus objetivos são difundir e multiplicar o seu conteúdo artístico e criar impacto num âmbito social que extrapola o sistema da arte, é importante que ele se apoie em outros agentes, criando relações vantajosas para todas as partes envolvidas.

Estes são os agentes que fazem parte do sistema da arte, no qual frequentemente um indivíduo ou organização assume papéis simultâneos.



COLETIVOS E ARTISTAS

O artista é o motor e a razão de existir do sistema, o criador da proposição artística. Por meio do formato, do suporte e do discurso de sua produção, ele desafia e configura, constantemente, a maneira de o sistema operar.

Os coletivos **atuam sob uma identidade criativa única** e em geral reúnem artistas e criadores de diferentes formações. É muito comum que membros de um coletivo desenvolvam paralelamente suas práticas autorais individuais.

ESPAÇOS INDEPENDENTES

Iniciativas sem fins lucrativos estabelecidas e geridas comumente por artistas, curadores e gestores. São espaços que oferecem ao artista a **possibilidade de experimentar**, pesquisar, trocar com colegas, ampliar sua rede de contatos e exibir sua produção.

Espaços independentes ganharam grande relevância por serem ambientes de **formação de público** e de desenvolvimento de novas práticas de crítica autônomas em relação ao mercado de arte e ao sistema institucional. O termo “espaço independente” não é unânime; espaços com esse mesmo caráter são também chamados de espaços autônomos, espaços geridos por artistas, etc.

PRODUTORES CULTURAIS

São indivíduos ou empresas dedicadas a elaborar, formatar, organizar, administrar e executar **projetos culturais** que tomam forma como exposições, eventos de outros formatos, publicações, etc.

As produtoras não são só executoras, mas são frequentemente proponentes criativas que estão frequentemente em contato direto com os artistas e curadores, com as instituições validadoras e com o mercado. As produtoras culturais também podem fazer um importante papel de **captação de recursos** e viabilização de parcerias para os projetos que propõem.

CRÍTICOS E CURADORES

Esses agentes possuem papel bastante flexível pela diversidade de atividades que podem exercer (crítico, organizador de exposições, consultor para coleções, professor, diretor de instituições, programador cultural, etc).

Seu papel original como conservador de obras de arte dentro do museu complexificou-se a partir dos anos 1960, quando o curador se tornou um cocriador de obras e arranjos expositivos, um **formador de opinião**, um balizador, um filtro, uma figura da qual os outros agentes e instâncias do sistema esperam **chancela**.

CASAS DE LEILÃO E MARCHANDS

Captam obras em circulação no mercado e buscam a melhor oportunidade de negócio para sua **revenda**. Os profissionais (*marchands*) e as casas de leilão de boa reputação são também fonte de referência para preços de mercado das obras e artistas.

GALERIAS DE ARTE

Expõem, difundem e comercializam obras dos seus artistas representados. As galerias fazem um papel de agenciadores da obra e gestores da carreira dos artistas, cumprindo uma função dupla: **promoção comercial e institucional do artista**.

MUSEUS E INSTITUIÇÕES

São, em teoria, os **depositários finais** das obras. O museu conserva, pesquisa, expõe a obra e a trabalha em contexto com o restante da sua coleção. É também uma importante **interface com o público** por meio de seus programas educativos, cumprindo um papel social fundamental de formação de público e ampliação de campos do debate cultural.

A coleção que ele forma, cura, pesquisa, conserva, divulga, circula e expõe é um conjunto cultural significativo para toda a sociedade. Os museus e as instituições culturais podem ser públicos, privados ou terem gestão mista.

70%
dos artistas
têm obras em
museus ou
instituições
nacionais

28,2%
possuem obras
em museus ou
instituições
internacionais

Fonte
pesquisa própria

COLECIONADORES PRIVADOS

Agentes fundamentais que atuam no mercado e também na esfera institucional (integrando conselhos de museus e instituições culturais, patrocinando atividades e promovendo aquisições), **apoiam a carreira do artista**, direta ou indiretamente.

Eles também podem estar por trás de importantes coleções corporativas e constituir coleções privadas que, por vezes, alcançam uma dimensão pública, tornando-se aberta à visita ou cedida para exposição em instituições.

COLEÇÕES CORPORATIVAS

Coleções pertencentes a grandes empresas, em geral bancos. Inicialmente eram instauradas por um desejo particular do dirigente da empresa. A prática se ampliou e ganhou outras dimensões para engajar os funcionários e funcionar como **ferramenta de relações públicas** para a empresa, trazendo prestígio e externalizando seus valores, além, claro, de constituir um conjunto de bens que integra o seu patrimônio.

FUNDOS DE INVESTIMENTO

Trata-se de um grupo de acionistas que aposta na **aquisição de um conjunto de obras** escolhidas por seu potencial de valorização entre o investimento e o desinvestimento.

Constituem um movimento ainda tímido, tanto no Brasil como em outros países, possivelmente pela pouca previsibilidade de incremento de valor econômico, dado que o objeto de investimento tem muito do seu valor calcado em fatores subjetivos e voláteis.

Plataformas do sistema da arte

SÃO OS EVENTOS e ferramentas que promovem o encontro entre os diferentes agentes e opera como interface entre a produção artística e o público. As plataformas viabilizam, potencializam e multiplicam as dinâmicas de produção, difusão, circulação, comercialização e validação no sistema da arte.

70%
dos artistas possuem obras em coleções privadas ou corporativas nacionais

36,7%
têm obras em coleções privadas ou corporativas internacionais

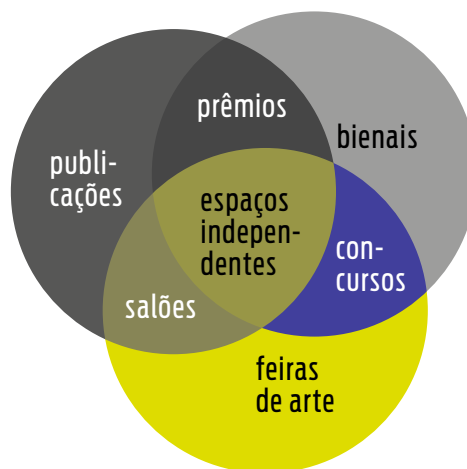
Fonte pesquisa própria

Entre os eventos há aqueles com caráter institucional (com intuito de fomento à experimentação artística, promoção cultural e ação educativa, como as exposições institucionais, bienais e os salões de arte) e os com caráter comercial, como as exposições em galerias e feiras de arte.

Concursos, editais e prêmios, residências artísticas e publicações e plataformas digitais são ferramentas de naturezas bastante distintas mas que, no geral, operam na pesquisa e experimentação, construção crítica e de redes e difusão de conteúdo.

Muitas dessas plataformas, como editais, salões, prêmios e residências artísticas, são importantes instrumentos tanto para a inserção de artistas no circuito estabelecido – por constituírem um interessante filtro e chancela para os iniciantes – como para a articulação de artistas que atuam fora do circuito estabelecido e privilegiam maior mobilidade e capilaridade e/ou buscam outros meios de subsistência que independem do mercado de arte.

Plataformas de Difusão e Validação



PLATAFORMAS DE DIFUSÃO E VALIDAÇÃO

EXPOSIÇÕES

É o momento de **encontro da obra com o público** e da consagração social do artista. São promovidas por galerias, museus, centros culturais e espaços independentes, organizadas por produtores culturais, gestores, curadores e, muitas vezes, pelos próprios artistas/exibidores.

As exposições geralmente acontecem por **tempo determinado**, podem ser tanto individuais (mostrando a obra de um só artista) quanto coletivas e, geralmente, implicam na proposição de uma programação educativa para aproximação com o público e aprofundamento do conteúdo.

As exposições podem ter **caráter comercial** (quando as obras expostas estão à venda) ou **institucional** (quando as mostras têm fins culturais de caráter informativo, educativo, formador de público e de opinião). A depender da reputação da instituição que a apresenta, dos artistas envolvidos e dos organizadores, as exposições podem ser importantes plataformas de circulação e validação para o artista.

BIENAIS

Genericamente conhecidas como bienais por sua ocorrência a cada dois anos, essa categoria de exposição define **mostras coletivas institucionais** de grande formato que ocorrem em uma mesma cidade, com uma frequência pré-definida de dois, três, quatro e até cinco anos e de duração de cerca de três meses.

As bienais procuram ser um fragmento ou uma **síntese do estado da arte** no momento em que ela ocorre. Dessa forma, buscam diálogo com o local em que acontecem, ao mesmo tempo em que reúnem artistas de diferentes gerações, origens e práticas.

O modelo de bienal como conhecemos hoje foi iniciado no final do século XIX em Veneza. Atualmente, segundo o site da Biennial Foundation, existem cerca de 240 eventos no calendário de

78,6%

dos artistas já participaram de exposições (coletivas e/ou individuais) em museus/instituições nacionais

59,8%

já estiveram em exposições (coletivas e/ou individuais) em museus/instituições internacionais

Fonte
pesquisa própria

70%

dos artistas respondentes possuem obras que já foram expostas e/ou vendidas em feiras de arte nacionais

42,7%

têm obras que já foram expostas e/ou vendidas em feiras de arte internacionais

Fonte
pesquisa própria

exposições coletivas de grande formato espalhadas nos cinco continentes. As mais consagradas são uma chancela extremamente relevante para o artista.

SALÕES

Talvez uma das formas mais antigas de reconhecimento artístico, os salões de arte são **exposições coletivas** que resultam de uma seleção de artistas e obras feita por um corpo técnico-crítico formado por agentes consagrados do sistema de arte local, regional, nacional ou internacional.

Em geral os artistas concorrem enviando portfólio ou trabalhos específicos que são julgados e selecionados. Os salões têm frequência anual e são promovidos por instituições públicas. A seleção e participação na exposição constituem uma forma de consagração e **validação** para o artista e lhe conferem prestígio. Por serem acessíveis a qualquer artista, de acordo com as regras de cada salão, são uma ferramenta importante para visibilização de artistas baseados em diferentes territórios.

FEIRAS

São **eventos comerciais** cujo modelo se formatou na Alemanha, no final da década de 1960. Mantêm uma frequência anual, em territórios e datas fixas no calendário, de modo que os agentes atuando direta e indiretamente no evento, assim como o público interessado, programam-se para acompanhar o circuito.

As feiras ganharam profusão, capilaridade e notoriedade imensas desde a virada do milênio, chegando a quase 100 feiras principais (sem contar as feiras satélites que acontecem paralelamente a uma grande feira estabelecida), segundo o site da artnet.

Hoje, há feiras de arte acontecendo também nos cinco continentes e em todos os meses do ano e com diversas modalidades de acordo com o perfil dos exibidores e obras à venda: feira de arte moderna, feira de arte contemporânea, feiras de foto e/ou vídeo, feiras de livro de artista, etc.

CONCURSOS, EDITAIS E PRÊMIOS

São ferramentas importantes para o artista ganhar **visibilidade e reconhecimento** e poder ter meios para produzir uma obra ou realizar um projeto. Promovidos tanto pelo poder público como por instituições privadas e até empresas, os concursos, editais e prêmios lançam publicamente uma chamada para envio de projetos e proposições dentro de escopos e critérios estabelecidos pelos próprios organizadores.

As candidaturas recebidas são avaliadas criticamente por um **corpo de jurados** apontado pelo organizador. Dessa seleção, resulta um ou mais vencedores que têm a possibilidade de viabilizar o projeto proposto sendo ele uma obra, uma exposição, uma intervenção ou até mesmo uma publicação ou, simplesmente, receber uma premiação em dinheiro pela qualificação obtida.

RESIDÊNCIAS ARTÍSTICAS

Promovidas por universidades, espaços independentes, instituições, colecionadores e até galerias comerciais, as residências propiciam ao artista deslocamento e ambiente favorável à **pesquisa, experimentação e trocas** com colegas e curadores, possibilitando a ampliação de sua rede de contatos e o incremento de sua produção.

As residências existem hoje no mundo inteiro, e essa capilaridade permite ao artista ser um articulador entre diferentes territórios e compartilhar experiências culturais fundamentais para a produção contemporânea.

As residências possuem os mais diferentes formatos, duração, critérios e entregas; não existe um padrão entre elas. É um espaço essencialmente de pesquisa e produção artística, para os quais o artista pode ser convidado ou se candidatar por meio de sistema seletivo estabelecido pela própria residência.

PUBLICAÇÕES

Provavelmente o meio mais tradicional de **difusão de conteúdo** artístico e crítico, as publicações sobrevivem à era digital e mantêm seu prestígio e

seu caráter experimental. Elas se manifestam nos mais diferentes formatos: livros, monografias, periódicos e catálogos, impressos ou digitais.

As publicações preservam seu papel relevante na validação e difusão das obras dos artistas, para o **pensamento crítico** e para informar o público a respeito do calendário do circuito global de grandes eventos, como feiras, bienais e exposições, além de servirem de registro para todos eles.

PLATAFORMAS DIGITAIS

A internet se tornou uma ferramenta poderosa para **disseminação de conteúdo** sobre os principais eventos do circuito e também sobre a produção artística. Além da versão digital de tradicionais publicações impressas, existem manifestações das mais diferentes formas, como newsletters especializadas com notícias e textos críticos, canais de venda de obras e as mais diferentes redes sociais – todos usados por artistas para promover e comercializar sua produção e promover sua programação sem intermediários.

2. O sistema da arte no Brasil

Formação histórica

O BRASIL TEM uma história muito peculiar de formação de seu sistema de arte, principalmente se a comparamos às demais ex-colônias portuguesas, hispânicas, holandesas, alemãs, belgas, inglesas e francesas.

Devido à fuga da família real portu-
gue-

sa para o Rio de Janeiro, o Brasil foi a única colônia a virar sede do reino. Essa mudança favoreceu o estabelecimento das principais instituições de formação e consagração artística do país, por muitos anos sem paralelo na América do Sul.

1816

Seguindo a tendência expansionista europeia, museus foram criados mundo afora nas principais cidades dos impérios. Por aqui, D. João VI iniciou um projeto de renovação artística com a chegada da Missão Artística Francesa nesse ano para implementar o **ensino de arte** no Brasil.

Chefiada por Joachim Lebreton, um dos organizadores do Museu do Louvre, a missão era composta pelos artistas Jean-Baptiste Debret (pintor de história), Nicolas-Antoine Taunay (pintor de batalhas), August-Marie Taunay (escultor), Marc Ferrez (homônimo e tio do conhecido fotógrafo Marc Ferrez) e o arquiteto Henri Victor Grandjean de Montigny, entre outros.

Com a comitiva vinham 54 obras originais de artistas italianos e franceses, entre os quais Leonardo da Vinci, Canaletto, Poussin, Lebrun e Bourdon, além de cópias de várias obras de artistas italianos, que seriam as primeiras obras da coleção da pinacoteca da futura **Academia Imperial de Belas Artes**.

1840

A partir desse ano, a Academia Imperial de Belas Artes começou a promover **exposições**, e entre seus prêmios estavam as viagens para estudo no exterior. Até sua separação do Museu Nacional de Belas Artes, em 1937, ela foi a organizadora oficial das esferas de formação e de

consagração da vida artística carioca – e centro de muitas disputas estéticas e de mudanças de paradigmas, em especial a transição dos códigos acadêmicos para os modernos e dos modernos para os contemporâneos.

Anos 1930

Até a primeira metade do século XX, o comércio de arte privado era praticamente inexistente. As elites tradicionais cultivavam a literatura e a música, mas dedicavam **pouca atenção às artes plásticas**. Os artistas acadêmicos e alguns modernos, a partir de 1930, puderam sobreviver com seus trabalhos graças às encomendas públicas.

A fundação da Universidade de São Paulo em 1934 e a do Departamento de Cultura, criado por Mário de Andrade em 1935, são importantes para compreender a efervescência que tomou conta da vida cultural da capital paulista em meados dos anos 1940.

“A primeira instituição foi centro formador de novos tipos de intelectuais: críticos, sociólogos e historiadores, e a segunda, espaço que promoveu pesquisas e debates culturais. Outro elemento foi a proliferação das editoras devido à ampliação do ensino, que criou a necessidade de uma produção mais significativa do livro didático e multiplicou os leitores.” (NEVES, 2012, pp. 40).

Anos 1940

Estudos sociológicos no âmbito das artes visuais recentes apontam para um ambiente de baixa institucionalidade até a década de 1940. O país já havia abrigado **lampejos de vanguardismo** a exemplo das exposições de Lasar Segall (1913) e de Anita Malfatti (1917) e da Semana de Arte de 1922, mas foram iniciativas isoladas e sem adesão estrutural aos rompantes modernistas.

1945

A instauração de um campo de arte ocorreu no momento de virada pela qual passou a instância cultural com a **chegada de imigrantes**, principalmente italianos, na cidade de São Paulo, e com o processo de industrialização que reconfigurou a sociedade brasileira.

A Segunda Guerra Mundial afetou a organização da arte e da cultura, aliçando as bases da sociedade mundializada. O pré-guerra e o pós-guerra acionaram a desterritorialização de pessoas, ideias, imagens e modos de vida, numa dimensão até então inédita.

Uma parte dos exilados italianos que chegaram ao país depois de 1945 contou com o **respaldo da burguesia industrial** de origem italiana, da qual um dos principais representantes era Francisco Matarazzo Sobrinho, responsável pela criação do MAM-SP e da Fundação Bienal (da qual falaremos em seguida). Os italianos vinham de uma longa tradição de fomento, produção e apreciação das artes visuais e buscaram replicar o ambiente intelectual e de sociabilidade de sua terra natal.

A criação de instituições culturais foi uma das vias de reconhecimento e de acesso ao reservado meio social da cidade. De 1947 ao fim dos anos 1960, a maioria dos galeristas e colecionadores de arte moderna no país eram estrangeiros que aqui se fixaram após a guerra. Eles tiveram papel decisivo na construção dos fundamentos de uma cultura artística modernizada, não apenas nas artes plásticas, mas também no teatro, na música, no cinema, na televisão.

RIO DE JANEIRO ENTRA EM CENA

Apesar da gradativa transferência de importância econômica para São Paulo desde o início do século XX e de não ter gerado até os anos 1950 um movimento de vanguarda como a Semana de Arte de 22, o Rio de Janeiro concentrava grande parte da intelectualidade cultural do país, atraindo jovens artistas e intelectuais de todas as regiões brasileiras que participariam ativamente da construção do campo da arte moderna brasileira, tais como: Mario Pedrosa (PE), Iberê Camargo (RS), Lygia Clark (MG), Antonio Bento (PB), Ferreira Gullar (MA), Abraham Palatnik (RN), Manuel Bandeira (PE), Cícero Dias (PE), Eros Martim Gonçalves (PE) e Augusto Rodrigues (PE), para citar alguns.

A diáspora causada pelas duas Grandes Guerras e a perseguição nazista também causaram impacto no cotidiano carioca com a chegada de dezenas de intelectuais e artistas com grande capital cultural, mas que, por conta da ausência de investimento privado e forte presença do capital estatal (e de sua burocracia), tiveram dificuldade em se inserir nas instituições oficiais. Foram as iniciativas alternativas, como cursos livres e galerias, que garantiram certa circulação de suas ideias e muitas vezes seu sustento.

A presença desses imigrantes foi de grande importância na fermentação de um imenso caldeirão cultural em que os códigos artísticos mais atuais eram compartilhados em redes de sociabilidade, contribuindo para a renovação da linguagem artística local. Quando o Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro abriu suas portas em 1949, havia uma cena artística em ebulição no caldo moderno.

Graças a uma disputa por distinção entre grandes empresários da época, entre 1947 e 1951, as cidades de São Paulo e Rio de Janeiro passaram a contar com **museus de arte** de maior envergadura. A capital paulista recebeu o Museu de Arte de São Paulo (**MASP**, 1947), iniciativa do empresário da comunicação Assis Chateaubriand (Diários Associados, Rádio e TV Tupi), o Museu de Arte Moderna de São Paulo (**MAM-SP**, 1948), fundado pelo industrial Francisco Matarazzo Sobrinho, e a I **Bienal** de São Paulo (1951), também uma iniciativa de Matarazzo Sobrinho.

No mesmo período, a primeira galeria especializada em arte moderna, a **Domus**, em São Paulo, foi fundada em 1947 por um casal de italianos que também se estabelecera na cidade após a guerra.

O Rio de Janeiro, ainda capital federal, também acolheu novidades que iriam atualizar seu meio artístico. Em 1949, é criado o Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro (**MAM-RJ**), fundado pelo empresário Raymundo Ottoni de Castro Maya em articulação com o empresário do petróleo Nelson Rockefeller, então presidente do MoMA, de Nova Iorque.

Para gerenciar os novos espaços, chegam **agentes culturais** qualificados e com concepções avançadas, como o crítico belga Léon Degand (1907-1958), o primeiro diretor do Museu de Arte Moderna de São Paulo (MAM-SP), e o italiano Pietro Maria Bardi, que transformou o MASP num dos principais polos culturais paulistanos, ao assumir sua direção em 1947.

Este é o período considerado de **autonomização do campo artístico** brasileiro, quando apareceram instâncias de consagração propriamente modernas, agentes especializados e locais de exposição fixos, como museus e galerias de arte.

A constituição da rede de museus e de bienais em São Paulo contou com o financiamento integral da burguesia local. No Rio de Janeiro, o Estado participou do empreendimento.

Anos 1950

A expansão das empresas jornalísticas – vinculadas às instituições que promoviam a arte moderna – favorece a **crítica de arte**, que passou por uma fase de desenvolvimento e profissionalização. No Brasil, a crítica de arte está presente de forma esparsa nos jornais e revistas desde meados do século XIX, geralmente dividindo espaço e atenção de seus praticantes com outros assuntos como literatura, música ou política.

Os anos 1950 foram o período áureo da crítica de arte como campo e parte do sistema da arte moderna, não apenas no Brasil, mas também no mundo. Em 1948, foi fundada, em Paris, a Associação Internacional de Críticos de Arte, que reuniu em seu primeiro encontro participantes de 35 países, sendo o Brasil representado por Sergio Milliet, Antonio Bento e Mário Barata.

Em 1951, concomitante à realização da 1ª Bienal de arte, aconteceu em São Paulo o I Congresso Internacional de Críticos de Arte no MASP, instalado no edifício dos Diários Associados – considerado o grande momento da crítica de arte brasileira. No Rio de Janeiro, desponta uma geração de críticos, articulada em torno de Mário Pedrosa, que contrastava com a do período anterior por suas posturas vanguardistas e sua intimidade com o universo das artes plásticas.

O PROTAGONISMO DOS MUSEUS PAULISTAS

Em uma década de existência, o MASP, o MAM-SP e a Bienal de São Paulo reconfiguraram padrões museológicos no país e na América do Sul tanto do ponto de vista da educação do olhar como na profissionalização de uma cadeia produtiva das artes. Pietro Maria Bardi e Lina Bo Bardi trouxeram uma ampla experiência profissional em gestão cultural, museografia, editoração e coleções de arte que não havia paralelo no Brasil, e isso corroborou para que desde o início seu projeto de museu fosse muito claro, o que de antemão já lhe colocava em vantagem com relação ao museu correlato existente, a Pinacoteca de São Paulo.

A Bienal tornou-se um catalisador de mudanças profundas no meio artístico brasileiro e foi peça importante na geopolítica das artes no período da Guerra Fria. Não apenas passou a atualizar o país com as principais discussões estéticas que ocorriam mundo afora, mas democratizou informações visuais e teóricas que até então só se conseguiam em viagens à Europa e Estados Unidos, além de dinamizar intercâmbios e empreender outros parâmetros profissionais para os agentes da arte no país.

Anos 1960

Em meados dos anos 1960, o sistema da arte moderna brasileira estava consolidado nos grandes centros urbanos com museus e coleções, salões e galerias comerciais especializadas tanto em São Paulo quanto no Rio de Janeiro.

Entretanto, mudanças entraram em marcha tanto no âmbito do próprio fazer artístico em sua lógica interna (como o esgotamento do vocabulário e ideais modernistas) como no contexto político e econômico no Brasil e no mundo, em especial a ditadura militar e o fortalecimento de uma sociedade de consumo, levando ao alicerçamento de um mercado de bens culturais.

A década de 1960 foi caracterizada por uma acentuada **intelectualiza-**

ção dos artistas e problematização do **contexto da obra** (o sujeito social que a faz, o espaço expositivo que não é neutro e carrega interesses de várias ordens e o sistema da arte em geral), além da contaminação de saberes e conceitos de outras disciplinas como a sociologia, psicologia, antropologia, comunicação e os questionamentos trazidos pelos movimentos sociais e a contracultura.

Ficam para trás as especulações formais e de componentes característicos da pintura e da escultura e entra em cena o transbordamento para o mundo. No caso brasileiro, encontra-se ainda o embate com o regime militar e uma nova dimensão do capitalismo. Consequentemente, essas mudanças causaram estremecimentos na relação do crítico de arte com o artista, as instituições e seus próprios pressupostos.

Com a mudança no perfil dos empresários e da indústria cultural, muda o capital que financia um mercado para as artes (salões, prêmios e colecionadores) e ocorre entrelaçamento entre interesses de multinacionais e o mercado publicitário.

AS ARTES E OS ANOS DE CHUMBO

Dois momentos pontuam a relação da ditadura militar com as artes visuais. De 1964 até a instauração do AI-5, há pouca interferência no cotidiano institucional artístico, sendo relatadas tentativas de **censura** a obras de arte, como no IV Salão de Arte Moderna de Brasília (1967). A partir de final de 1968 até 1977, o **controle** tornou-se mais rigoroso e autoritário, tendo um impacto enorme principalmente na Bienal de São Paulo. Com o fechamento da II Bienal da Bahia (1968) e da mostra montada no MAM-RJ com a representação brasileira escolhida para a Bienal de Paris (1969), dois dos episódios mais graves de censura, críticos de arte e artistas protestaram publicamente.

Os anos 1960 e 1970 consolidaram a profissionalização de um **mercado de galerias** de arte moderna. Não eram muitas, mas tiveram um grande impacto na classificação da arte não acadêmica, dando fundamento à construção de uma história da arte moderna brasileira, processo que ocorreu em paralelo ao surgimento do primeiro curso de pós-graduação em artes, da USP, em 1967. Por motivos distintos, mercado e universidade geraram uma historiografia primeira da arte moderna. Destacamos as galerias Bonino, a Petite Galerie e a Galeria Relevo.

Hoje

No Brasil, onde o mercado de arte tem as condições para se profissionalizar e aumentar sua competitividade, ele acaba gerando um **desequilíbrio** com os demais agentes do sistema: museus e instituições não possuem as mesmas premissas de financiamento e funcionamento.

A missão social dos **agentes do mercado** é diferente daquelas dos agentes institucionais. Para estes últimos, preservação da memória, formação de acervos e de público são, por exemplo, objetivos excessivamente precarizados e frequentemente descontinuados por um desequilíbrio no sistema causado por deformações nas dimensões sociais e políticas.

Nos últimos 10 anos, com a extenuação dos agentes institucionais, os agentes do mercado acabam ocupando lacunas no sistema, criando um protagonismo e assumindo papéis que extrapolam suas missões originais. Não raramente, proposições artísticas experimentais e disruptivas ou aquelas com alto custo de produção são apresentadas diretamente pelas mãos de agentes do mercado por meios dos seus próprios espaços ou por meio de plataformas como feiras de arte, e não pelas mãos das instituições que teriam esse papel de provocação como missão social, sendo capazes de aprofundar aquele discurso e debatê-lo com a sociedade

com objetivos e temporalidades diferentes das quais o mercado opera.

Essa **disparidade** que o sistema contemporâneo da arte apresenta no Brasil, além de outras não menos importantes, como a concentração de atividades institucionais e comerciais no eixo Rio-São Paulo e a contrastante defasagem de oportunidades em outras partes deste país continental, cria distorções e afeta diretamente a trajetória do artista visual.

Leis de incentivo

O **MECANISMO DE** incentivos fiscais é uma forma de estimular o apoio da iniciativa privada ao setor cultural. Por meio dele, o governo abre mão de parte de impostos para que esses valores sejam investidos em projetos culturais.

LEIS FEDERAIS

O **INCENTIVO FISCAL** à cultura é praticado em nível federal no Brasil desde 1986, quando foi sancionada a Lei 7.505, conhecida como **Lei Sarney**. Isso se deu logo no início do processo de redemocratização do país e da posse de José Sarney como presidente. Por meio de sua aplicação, a sociedade civil poderia escolher pelo menos parte do que queria ver produzido e distribuído.

A Lei Sarney foi criticada porque não exigia aprovação técnica prévia dos projetos culturais, mas apenas o cadastramento do proponente como entidade cultural junto ao Ministério da Cultura (MinC). Outra crítica que se fazia é que ela não distinguia, entre as iniciativas culturais, aquelas que de fato precisavam de incentivo, o que, aliás, é também um questionamento ao incentivo fiscal executado na **Lei Rouanet**, em vigência desde 1991.

A Lei Sarney vigorou até março de 1990, quando foi revogada pelo presidente Fernando Collor de Mello, que acreditava que o mercado substituiria o governo no fomento à cultura.

Collor também havia extinto o Ministério da Cultura e fechado fundações

e autarquias federais. Era um momento turbulento e de desconfiança, que gerou resistência do campo cultural e levou à mobilização de produtores, agentes culturais e artistas, que exigiam a criação de uma nova lei de incentivo.

Em 1991, Collor aprovou a Lei 8.313, elaborada pelo então secretário da cultura Sérgio Paulo Rouanet, visando à retomada do processo de produção cultural no país. Em vigência até hoje, ela permite o uso de parte do **imposto de renda** para custeio de projetos artísticos previamente aprovados no [Ministério da Cultura](#).

O financiamento de projetos de exposições, criação de obras, produção e impressão de livros e catálogos, obras de arte pública, projetos de arte *online*, entre outros, podem ser propostos pelo artista (por meio de sua empresa ou de produtor cultural) no [sistema online do Ministério da Cultura](#).

PATROCÍNIO DE EMPRESAS

Projetos de artes visuais aprovados pelo Lei Rouanet conferem até 100% de incentivo fiscal ao patrocinador. Se o patrocinador for uma empresa que recolhe imposto sobre o lucro real, poderá usar até 4% do imposto de renda devido, como demonstrado abaixo:



Como funciona o incentivo fiscal pela Lei Rouanet?



ATENÇÃO!

O patrocínio é um investimento da empresa para obter retorno na comunicação institucional ou nas ações de marketing. Por isso, elas procuram projetos e artistas que “conversem” com sua marca e com seu público.

Já as doações incentivadas feitas por cidadãos, elas têm, como regra geral, uma relação direta com a percepção de que o trabalho daquele artista ou a missão de determinada instituição são relevantes para a sociedade como um todo e para as crenças do doador.

DOAÇÃO DE PESSOAS FÍSICAS

Pessoas físicas também podem ser patrocinadoras ou doadoras utilizando os incentivos fiscais previstos na Lei Rouanet. Para tanto, precisam declarar seu imposto de renda no modelo completo de Declaração Anual de Ajuste do Imposto de Renda, e poderão dispor de até **6% do imposto de renda** devido. O interessante nesse tipo de doador é seu provável compromisso

com a causa das artes visuais, e não com a exposição da marca, ainda que possa ter recursos menos expressivos.

LEIS ESTADUAIS E MUNICIPAIS

Atualmente, existem leis de incentivo fiscal para apoio à cultura também em níveis estadual e municipal. Ao modelo da federal, elas permitem que o patrocinador – pessoa jurídica ou pessoa física – use parte de seus impostos (federais, estaduais ou municipais) para viabilizar projetos culturais.

Todas as leis adotam o mesmo modelo: o proponente do projeto (produtor ou artista) aprova sua proposta junto a comissões de cultura instituídas para análise e depois disso pode captar patrocínio com incentivo fiscal. O valor doado é abatido no valor do imposto do doador.

— Editais públicos e privados —

FUNDOS DE CULTURA são verbas distribuídas pelo poder público e por algumas instituições sem fins lucrativos para fomentar, ou seja, **fornecer subsídios ao artista** e possibilitar a expressão estética livre, e não em razão do impacto econômico direto ou da exposição de marcas. Os fundos promovem, portanto, o desenvolvimento e o estímulo ao artista, à produção cultural e à experimentação, pretendendo **alcançar públicos** e estratos da sociedade não atendidos por outros financiamentos.

Os fundos nacionais e internacionais, em geral, são distribuídos por uma comissão que analisa, com critérios próprios, predefinidos e públicos, os projetos apresentados. É importante acompanhar os sites do Ministério da Cultura, assim como os das secretarias estaduais e municipais de cultura, além dos sites de instituições com prêmios tradicionais ou plataformas agregadoras de informação para acompanhar prazos e requisitos da premiação dos fundos.

LINKS ÚTEIS

MINISTÉRIO DA CULTURA

www.cultura.gov.br/editais

AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA (ANCINE)

www.ancine.gov.br/fomento/editais-fomento

FUNDAÇÃO NACIONAL DE ARTES (FUNARTE)

www.funarte.gov.br/editais/

EDITAIS E AFINS

www.editaiseafins.com.br

CALL FOR ENTRIES

www.callforentries.com/category/art/

— Prêmios públicos e privados —

ALÉM DOS FUNDOS públicos, existem também os prêmios relativos à obra já produzida, à exposição realizada ou ainda à carreira global do artista. Nesses casos, o prêmio é conferido para **uso livre** pelo artista, e em alguns casos, dependem de inscrição. Existem também os prêmios para produção de obra, livro ou exposição. Nesses casos, o artista se obriga a entregar o prometido quando do aceite do prêmio.

Normalmente, as premiações para além do pagamento em dinheiro conferem notoriedade e **reconhecimento ao artista** e a sua carreira. No Brasil os principais são:

Bolsa de Fotografia ZUM |

Instituto Moreira Salles

Prêmio Aniceto Matti

(para artistas domiciliados em Maringá)

Prêmio Luiz de Castro Faria | IPHAN

Prêmio SeLecT Arte e Educação

Prêmio Ibema Gravura

Prêmio Pernambuco de Fotografia
(para artistas domiciliados em Pernambuco)

Prêmio EDP nas Artes |
Instituto Tomie Ohtake (artistas
com idade entre 18 e 29 anos)

Transborda Brasília
(artistas nascidos ou domiciliados no DF)

**Prêmio Diário Contemporâneo
de Fotografia**

Rumos Itaú Cultural

Prêmio Brasil Fotografia

**Prêmio Fundação Conrado Wessel
de Arte** (para fotografia)

**Prêmio CNI-Sesi Marcantonio
Vilaça** para as Artes Plásticas

Prêmio Aquisição | Casa da Xilogravura

Prêmio CCBB Contemporâneo

Prêmio Reynaldo Roels Jr. |
Escola de Arte Visuais do Parque Lage

Prêmio Gávea de Fotografia

**Prêmio Rodrigo Melo Franco de Andrade
| IPHAN** (patrimônio cultural)

**Prêmio Funarte Conexão e
Circulação Artes Visuais**

Pipa (Prêmio Investidor
Profissional de Arte)

Prêmio Foco Bradesco ArtRio

**Prêmio de Residência SP-Arte
Illy Sustain Art**

Prêmio de Arte Marcos Amaro

Políticas públicas

CABE AO ESTADO implementar políticas públicas que garantam a produção, difusão, circulação, comercialização, fruição e acesso à arte, assim como a **liberdade de expressão artística**, devendo atuar não de forma reativa, mas de forma estratégica e de fomento, para que a sociedade possa produzir e se expressar livremente e com **diversidade**.

Nesse sentido, cabe ao Estado implementar políticas que incluam:

ACORDOS

A formalização de acordos nacionais e internacionais garante a **troca de experiências** e intercâmbio de ideias e métodos, além de possibilitar o alcance de regiões mais remotas com convênios e acordos com as demais esferas de poder público (estados e municípios).

AÇÕES CONJUNTAS

A definição de ações em conjunto com os demais ministérios e agências públicas viabiliza projetos e **ideias interdisciplinares** com educação, turismo, exportação, etc. Elas criam estímulos e parcerias diretas com a sociedade civil, que pode atuar de forma mais efetiva por meio de organizações sem fins lucrativos.

LEIS

A **regulação** do setor por meio de legislação e regras específicas visa estimular ou evitar determinadas ações e comportamentos.

FINANCIAMENTO

Pode ser direto (concursos, prêmios e editais) ou indireto (estímulo pela redução de impostos).

Como o Estado pode garantir uma política inclusiva e diversa



3. O artista e o sistema da arte

A relação entre o artista e o sistema que o suporta sempre foi complexa. Em vários momentos da história da arte, os artistas financiaram suas próprias experimentações, como em alguns exemplos das vanguardas históricas (Marcel Duchamp talvez seja o mais famoso), ou contaram com colecionadores afinados com a estética emergente e com o risco do novo, levando alguns anos até serem reconhecidos pelas instituições culturais.

A arte moderna ostentava um discurso contrário ao estabelecido, incluindo as academias de arte, os museus, as elites, o público e as convenções artísticas. O choque do novo

incluía uma contraposição ao gosto vigente. Nos anos 1960, já totalmente assimilada pelas instituições de arte moderna e o mercado, a vanguarda transforma-se em história. A arte que surge como resposta aos movimentos sociais e à contracultura coloca-se novamente em contraposição aos códigos instituídos, incluindo o sistema da arte moderna. Tratava-se de uma arte antimercado, imaterial e calcada em conceitos e atitudes e não mais numa estética autoral.

Os momentos de transição de códigos artísticos ocorrem nas margens dos grandes centros. O novo precisa de espaço e liberdade para construir seus pressupostos e subverter o que já está assimilado como importante e válido. Mas, para transgredir, o artista precisa já ser reconhecido por seus pares e pelo circuito de legitimação.

Assim, os saltos artísticos ocorrem dentro do sistema e vão reverberando até alcançar seu núcleo. Nesse processo, os *gatekeepers*, aqueles que são responsáveis pela seleção e reconhecimento dos artistas, vão se renovando, e os já consolidados acabam por assimilar as novas convenções.

Esse período de tempo, que outrora podia durar cerca de 50 anos, acelerou-se com a disseminação de códigos e de informações e o aumento da circulação de pessoas e de referências. A fricção entre inovação artística e sistema continua existindo, pois faz parte do discurso artístico essa perspectiva crítica de estar fora ao mesmo tempo em que se está dentro.

4. Os agentes do sistema

Museus e instituições

UM SISTEMA DA arte equilibrado é composto por várias instâncias de legitimação, circulação, interpretação e proteção, que são interdependentes, sendo cada uma responsável por exercer um papel.

Os museus de arte têm como atribuição **salvaguardar, conservar, estudar e divulgar seu acervo**, e todas as suas ações partem do perfil de sua coleção e da missão estipulada em cada instituição. Eles podem ser públicos, privados ou de parceria público-privada, mas são sempre definidos por seu patrimônio e por sua forma de gerenciamento.

Os **museus públicos** são geridos pelo poder municipal, estadual ou federal, podendo ser administrados numa parceria público-privada, como no caso das organizações sociais, dispositivo que busca flexibilizar administrativamente as instituições museais.

Os **museus privados** podem derivar do conjunto de obras arregimentadas por um colecionador, como o Instituto Inhotim, ou ser fruto da doação de vários colecionadores, a exemplo do Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro. Em linhas gerais, as coleções dos museus pri-

vados seguem o gosto e as escolhas do colecionador, sem necessariamente ter em vista o interesse público.

Coleções privadas podem preencher vácuos de coleções públicas por meio do comodato ou até mesmo ser o pontapé para a construção de um museu público, a exemplo do Museu de Arte Contemporânea de Niterói e a coleção João Sattamini.

Os **centros culturais**, por sua vez, são espaços de exposição e de formação que não têm coleções e promovem eventos pensados por equipe própria, recebem mostras itinerantes ou fomentam editais para ocupação de sua agenda cultural. Podem ser geridos pelo estado ou por entidades privadas.

FORMAÇÃO DAS COLEÇÕES

Um museu só existe por causa de sua coleção, e é definido por ela. Quando surgiram, na França, essas instituições tinham o papel de tornar público o acesso a objetos e obras de arte pertencentes à aristocracia, assim como os troféus conseguidos em guerras. Em mais de 200 anos de trajetória, os museus se profissionalizaram e aperfeiçoaram sua forma de iniciar, manter e expandir suas coleções – as mais comuns são a aquisição, o comissionamento, a doação e o comodato de obras.

A história dos museus no Brasil aponta para a importância dos prêmios aquisitivos de salões e de prêmios de arte, assim como de doações de artistas e colecionadores, para a formação de acervos públicos, a exemplo do Museu Nacional de Belas Artes e da Pinacoteca de São Paulo – que foram enriquecidos com obras dos artistas selecionados e premiados em certames oficiais – e do Museu de Arte Moderna do Rio e do Museu de Arte Moderna de São Paulo, cuja coleção se iniciou com obras doadas pelos sócios fundadores.

Hoje, alguns museus de arte têm comissões formadas por curadores, funcionários, patronos e colecionadores, que filtram a entrada das obras (por meio de doação, aquisição, comodato ou comissionamento) para manter escolhas que sejam compatíveis com a missão do museu, e não baseadas em gostos pessoais.

Como as obras chegam ao museu

AQUISIÇÃO

É uma **compra** que pode ser feita diretamente com o artista, com a galeria que o representa, com o dono da obra de arte ou com a instituição que gere o patrimônio de um artista. Outra forma comum de adquirir obras de arte para instituições e fundos de investimento é por meio de prêmios concedidos aos artistas (prêmios que muitas vezes valem menos financeiramente do que o valor corrente da obra em questão). Para muitos artistas, o prestígio de constar nas coleções dessas instituições ou de ser premiado compensa essa diferença monetária.

COMISSIONAMENTO

É a forma mais antiga de **patrocínio** das artes, praticado pela igreja, pela monarquia, pela aristocracia, pela burguesia e pelo Estado. Trata-se da encomenda de obras para um determinado fim ou local, feita por instituições públicas, privadas ou colecionadores.

COMODATO

É a **cessão temporária** de uma obra ou de uma coleção privada para uma instituição museal. Dessa forma, obras que muitas vezes não estavam ao alcance do público por encontrarem-se em casas ou reservas técnicas privadas são mostradas nos museus, em exposições temporárias, em catálogos e sites. Além disso, o museu passa a salvaguardar os trabalhos artísticos em suas reservas técnicas e a ampliar seu valor com sua chancela. Por meio do comodato, os museus acabam por acrescentar obras que preenchem ausências de suas coleções, o que dificilmente poderia acontecer por falta de recursos para aquisição ou por conta da ausência dessas obras no mercado de arte.

DOAÇÃO

Museus pelo Brasil afora baseiam suas coleções em doações **feitas por artistas**, colecionadores privados e por galerias de arte por não contarem com orçamento ou base legal para comprá-las. Por sua vez, ter uma obra na coleção de um museu de prestígio aumenta a importância de um artista, assim como seu valor no mercado.

Espaços autônomos

O **SISTEMA DA arte** é uma cadeia interdependente de agentes, posicionamentos e instâncias de consagração e preservação. Para que ele seja estável e sustentável, é fundamental haver uma diversidade de perfis de agentes e de espaços que abarque a complexidade de uma cena artística pulsante.

Os espaços independentes são uma peça importante dessa engrenagem, já que museus, galerias e centros culturais são estruturas hierárquicas e cumprem o papel de selecionar, legitimar e divulgar artistas que já contam com um lastro de investimento de vários agentes (curadores, galerias e críticos), e por isso não se arriscam totalmente.

Os espaços independentes ou autogeridos são espécies de **laboratórios de ideias** e de experimentos de todas as ordens, um território de maior liberdade de experimentação com poucos filtros. O erro, o fracasso, as experiências desinteressadas, as colaborações de cunho afetivo são muito importantes para gerar novas linguagens e expandir as possibilidades de atuação. As inovações de fato ocorrem fora dos espaços centrais de poder, justamente pela flexibilidade e liberdade de experimentos.

Os espaços independentes surgem por uma urgência de um grupo com os mesmos interesses e questionamentos, sendo muitas vezes artistas e pensadores que não se sentem identificados com o discurso institu-

cional, não se alinham ao perfil já institucionalizado ou que buscam com seus projetos experimentais chamar a atenção de instituições.

Os perfis desses espaços têm se diversificado mundialmente e se profissionalizado, mas, em geral, eles buscam manter um baixo custo para poder garantir maior flexibilidade, leveza e vivacidade de suas ações. As palavras-chaves para esse tipo de iniciativa são: trabalho em rede, cumplicidade, colaboração, autonomia, experiência, alternativa, fluidez, horizontalidade, questionamento, diálogo.

Em países desenvolvidos há uma ampla rede de apoio estatal aos espaços independentes justamente pelo entendimento de sua importância e esses programas de suporte financeiro também abarcam os artistas como agentes autônomos. Na Holanda, por exemplo, o governo financia não apenas as iniciativas nacionais por meio da Mondriaan Foundation como também as de outros países, principalmente do chamado Sul Global, graças à Prince Claus Foundation. Esse tipo de investimento é visto por países europeus como estratégico para seu posicionamento na geopolítica cultural contemporânea, pois causa visibilidade e amplia o *networking* de seus agentes nacionais.

A América Latina não é uma massa uniforme, e sim uma teia complexa de países que muitas vezes não se comunicam e não têm intercâmbio. Entretanto, a precariedade governamental no suporte aos espaços independentes é um traço comum entre os países no continente americano. Alguns se baseiam em auxílios internacionais dos países ricos, que enviam artistas nacionais para residências no exterior; outros contam com o apoio de colecionadores ou implementam projetos que viabilizem economicamente o espaço.

PRINCIPAIS ESPAÇOS EM ATIVIDADE

NO BRASIL

São Paulo
Casa do Povo
Pivô
Ateliê 397
BREU

Rio de Janeiro
Capacete
Despina
Solar dos Abacaxis
Saracura

Recife
Maumau
Mesbla – Lesbian Bar

São Luís
Galpão Chão

Fortaleza
Espaço Sem título

Itaparica
Sacatar

Belém
Fotoativa

Belo Horizonte
Ja.Ca

Brasília
Nave
Elefante

Florianópolis
Embarcação

NO EXTERIOR

EUROPA

Lisboa
Hangar
Kunsthalle Lissabon
Zaratan
Air 351
Roundabout.LX
Zé dos Bois
Largo Residências
Mau Maus
Plataforma Revólver

Porto
Maus Hábitos
Mira

Açores
Arquipélago

Londres
Gasworks
Delfina Foundation

Berlim
Bethanien Haus

Barcelona
Halfhouse
Hangar

AMÉRICA DO NORTE E LATINA

Bogotá
Espaço Flora

Buenos Aires
Centro de Investigaciones artísticas
El Basilisco

Cali
Lugar a dudas

Cidade da Guatemala
Proyectos Ultravioleta

Cidade do México
SOMA

Lima
Residência Revólver

Nova Iorque
Residency Unlimited
ISCP – International Studio & Curatorial Program

San José
TEOR/ética

San Juan
Beta-local

Santa Cruz de la Sierra
Kiosko

Valparaíso
CRAC

ÁSIA E ÁFRICA
Beijing, Guangzhou
Vitamin Creative Space

Cairo
Townhouse Gallery

Dakar
Raw Material

Hong Kong
ParaSite

Lagos
Center for Contemporary Art

A **CURADORIA DE** artes plásticas tem se tornado um campo do saber e uma profissão em escala global. Tanto em eventos institucionais como nos que são estritamente mercadológicos, a presença dos curadores tem se tornado massiva, apontando uma clara reorganização das posições ocupadas pelos agentes do campo da arte.

HISTÓRICO

Há 70 anos não havia curadores (até o início da década de 1980 só existiam 3 bienais no mundo), pelo menos no sentido como hoje os conhecemos. Os curadores trabalhavam nos bastidores dos museus, e eram chamados de **conservadores dos museus**. Suas atribuições compreendiam salvaguardar, analisar e apresentar um patrimônio cultural.

Não havia, então, um protagonismo, uma “assinatura”, uma autoria das exposições. Se olharmos historicamente, notaremos que alguns diretores de museu estabeleceram suas marcas no início do século 20, ao iniciarem exposições inovadoras com artistas, designers e arquitetos, transformando o museu, antes um repositório de arte histórica, em um lugar para exposições da arte contemporânea. Mas essas eram atitudes isoladas.

As exposições têm moldado, desde o século 20, a forma como a arte é experienciada, feita ou discutida. Em muitos casos, a posição do curador foi ocupada pelos artistas, mas, a partir de novas dinâmicas artísticas, econômicas, sociais e políticas, esse agente tem ganhado poder, sintoma de um novo sistema.

Nos anos 2000, o mundo da arte viu emergir os **estudos curatoriais** (*curatorial studies*), que buscavam dar conta da análise crítica do fazer curatorial, além de fornecer ferramentas práticas de profissionalização dos aprendizes. Nos anos 2010, surgiu outro campo de estudo: o da história das exposições. Trata-se de uma forma de observar as múltiplas camadas de uma exposição e oferecer uma contextuali-

zação ampla sobre a teia de articulação de poder e de sentido nas mostras que influenciaram o mundo da arte.

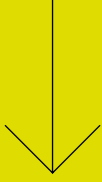
O ponto de virada

A **PARTIR DOS** anos 1960, muitas das obras de arte passaram a ser feitas especificamente para uma exposição, respondendo ao contexto, o que alterou profundamente o status das instituições, deixando de ser um espaço de simples apresentação para virar um lugar discursivo. Isso transformou o curador em um cúmplice ou colaborador direto do artista – ele não seria mais visto como aquele que salvaguarda fisicamente ou distribui uma obra de arte nas paredes da galeria.

Houve, assim, uma redistribuição e uma redefinição das funções tradicionalmente atribuídas ao curador, e novas posições começaram a surgir. A tarefa que ocupava o nível mais baixo da hierarquia entre as quatro que definiam o trabalho do curador (salvaguarda do patrimônio, enriquecimento das coleções, pesquisa e apresentação) passa a constar como a principal, numa clara alteração da economia da arte, estruturada nas cada vez mais frequentes exposições temporárias, que passam a dividir o espaço com as mostras permanentes das coleções nos museus. Ao mesmo tempo, a exposição, ou seja, a apresentação pública, aliada à capacidade de colaboração com o artista, é o único âmbito em que existe permissão para uma personalização.

Gradualmente, o curador passa a ser um autor.

No processo de autonomização do campo da curadoria surge a função dos *faiseur d'expositions* (em francês) ou *Ausstellungsmacher* (em alemão), que são os organizadores de exposições de arte contemporânea que trabalham de forma independente a partir de convites de instituições. O que até então era uma profissão atrelada às coleções públicas nos museus transformou-se em uma prática profissional mais independente.



Até o final dos anos 1960, a função de curador *freelancer* permaneceu relativamente localizada. Ele atuava nacionalmente, mas também fazia exposições e acompanhava o trabalho de artistas locais. Todavia, curadores como Germano Celant (França), Lucy Lippard (EUA), Seth Siegelaub (EUA) e Haraald Szeemann (Suíça) começaram a contextualizar cenas distintas de arte contemporânea – com artistas ligados ao movimento Fluxus, à Arte Povera, ao pós-minimalismo e ao conceitualismo dos Estados Unidos, Europa, Reino Unido e América Latina – em exposições coletivas internacionais pela primeira vez. Muitas dessas exposições lograram o reconhecimento internacional tanto dos artistas participantes quanto dos curadores. A curadoria passou a ser produtora de conhecimento de ponta.

A FORMAÇÃO DO CURADOR

O **CURADOR**, hoje, é um autor. Sua posição atual se afasta do processo de qualificação profissional esboçado anteriormente, e o aumento de uma demanda por curadores em nível global desde os anos 1980 levou ao estabelecimento de novas formas de recrutamento, formação e legitimação.

Mesmo não sendo uma profissão regulada por lei, o campo da curadoria é protegido pelo reconhecimento dos pares e por leis invisíveis para os leigos. Assim como em qualquer ofício criativo, este é dependente de uma rede de relações, de acúmulo de capital cultural e de um rol de projetos considerados bem-sucedidos pelo campo da arte. Não há regras, receitas e estágios prontos e certos para chegar ao topo da carreira; a curadoria é uma profissão entrelaçada com as novas leis do mercado internacional do trabalho.

Apesar de a entrada na profissão não exigir diploma, cursos de curadoria foram criados para atender a essa nova demanda por mão de obra es-

pecializada. As primeiras escolas surgiram justamente onde já havia um sistema de museus e uma regulamentação da profissão de curador: em Grénoble (França, em 1986), em Nova Iorque, (Bard College, em 1988) e na Holanda (De Appel, em 1991). Nelas, os alunos são encorajados a empreender um percurso investigativo que leve à construção de um projeto curatorial.

Essas escolas criam redes de relações em que afinidades se convirjam, fomentam uma pausa reflexiva sobre curadoria que é enriquecida por discussões coletivas e causam a aproximação com referências precisas. Também oferecem a chance de entrar de forma mais direcionada no mercado de trabalho.

O contato com profissionais maduros contribui para uma transmissão de conhecimento geracional que será ressignificado, gera trocas de opiniões e ajuda a talhar a personalidade do discípulo. Ainda assim, tudo isso pode ser conseguido também com estágios em instituições, frequência em ateliês de artistas, circulação sistemática por exposições institucionais e independentes e contato direto com profissionais admirados.

A obtenção de certificados que oficializem a aquisição de certas ferramentas importantes para o exercício da curadoria tem pesos diferentes na Europa, nos Estados Unidos e nas regiões que têm sistemas da arte em desenvolvimento. Conforme apontado em uma matéria do US News and World Report, ao contratar curadores a maior parte das instituições norte-americanas leva em consideração títulos de mestrado e doutorado na área de conhecimento do candidato, como História da Arte ou Museologia. Todavia, o critério de peso para convites e seleção de concursos abertos para a ocupação de postos institucionais são as realizações alcançadas pelo curador em termos de exposições, publicações e projetos. Na Europa, idem.

O campo da curadoria tem firmado sua dinâmica interna, baseada na

interrelação com a produção artística e com a própria produção curatorial. Como campo de saber, espera-se que as exposições acrescentem perspectivas e entendimentos ao que já está constituído.

Entretanto, o alargamento do circuito da arte contemporânea torna a tarefa de estar atualizado com o que se produz praticamente impossível. Ao mesmo tempo em que atende a um movimento de globalização e de sofisticação cognitiva, o campo da curadoria busca singularidade. É entre paradoxos, dilemas e ressignificações que novas ecologias são constituídas no mundo da arte, sendo a curadoria um de seus pontos mais relevantes.

Críticos de arte

HISTÓRICO

A crítica de arte surgiu no século XVIII, com a história da arte e a estética, e passou a fazer parte da engrenagem do sistema da arte a partir do período moderno. No século XIX, ela acabou por substituir as guildas e as academias de arte como instituições legitimadoras do processo de acesso à carreira artística.

Nessa época, passou a cumprir o papel de não apenas informar e mediar o discurso, mas principalmente de educar o gosto do público em geral e do próprio artista para a nova arte que estava sendo feita, longe dos cânones clássicos já estabilizados.

Se o historiador da arte construía narrativas sobre o passado em livros, coleções e exposições nos museus, a crítica de arte lidava com o presente da produção, criando vocabulários e filtros para julgar, decodificar e organizar as obras imbuídas da nova estética. O terreno de atuação da crítica era o recente e crescente mercado editorial, e o discurso crítico foi sedimentando-se principalmente na primeira metade do século XX. O surgimento da Associação Internacional dos Críticos de Arte (AICA), em 1948, sinaliza a consolidação de um campo profissional em termos transnacionais.

Além da crítica veiculada nos jornais, voltada para o grande público, seu território de atuação se expandiu para os catálogos de mostras e revistas especializadas em arte e áreas afins, como, no Brasil, a Habitat (anos 1950) e a Malasartes (anos 1970), para citar algumas das mais importantes.

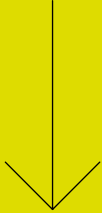
Com a ascensão de um sistema da arte contemporânea baseado no conceito, na imaterialidade do objeto artístico e na contracultura, a apresentação em exposições e acontecimentos passou a ser o principal meio de concretização, legitimação e inteligibilidade das relações entre as obras, requerendo a adesão de um novo tipo de *gatekeeper*: o curador.

O estatuto da crítica de arte tem se modificado em especial nos últimos 30 anos com a consolidação dessa nova economia da arte. Os espaços para o exercício da crítica têm diminuído no mesmo passo da perda de protagonismo da imprensa no relato dos fatos, assim como a sua relevância no processo de legitimação de artistas. Os textos críticos podem ser encontrados em catálogos, textos de apresentação de exposições na parede e em folders e nas resenhas de revistas especializadas, cumprindo mais a função de agenda cultural do que propriamente de balizamento da produção atual.

A importância de acompanhar a carreira do artista

A OBRA DE um artista nunca foi e nunca será resultado apenas de seu esforço individual, mas efeito da sua interação com ideias, materiais, consensos, códigos estabelecidos e pessoas. O interlocutor do artista pode ser outro artista ou outro agente do sistema cujo papel seja justamente o de **pensar o trabalho pessoal** em relação à produção coletiva de um determinado tempo e lugar.

Esse papel já foi desempenhado pelo crítico, depois passou a ser dividido com o curador e hoje em dia com



outros agentes, como o galerista e até mesmo o colecionador. A importância de ter uma interlocução crítica é pensar a obra e suas ressonâncias além do seu círculo pessoal e restrito.

Ser acompanhado por um crítico de arte ou um curador significa **confrontar-se** com um ser social que não tem a obrigação de agradar o artista nem de analisar uma obra apenas em relação ao seu gosto pessoal, e sim para **contextualizar** o trabalho de forma mais ampla e contribuir para a construção de significados.

Um acompanhamento crítico pode se constituir a partir do interesse suscitado em um **curador ou crítico** pelo trabalho do artista numa exposição, em uma visita ao ateliê ou mesmo por meio de um portfólio.

Por vezes, a orientação pode surgir por meio de escolas ou de prêmios que selam o encontro entre curador e artista. Atualmente, vários artistas, curadores e críticos oferecem como *freelancers* acompanhamentos individuais ou em grupo em várias partes do Brasil.

Colecionadores

COLECIONAR É O ato de selecionar, organizar, guardar, trocar e expor diversos itens por categoria ou interesses pessoais. Essa atividade não é recente: o homem coleciona objetos desde a Antiguidade, por muitas razões além do valor financeiro desses bens e da necessidade de guardá-los e preservá-los ao longo do tempo.

No caso das coleções de arte, elas podem seguir simplesmente o gosto de quem compra (e aparentemente não ter método ou foco) ou podem ter um fio condutor claro, seja um suporte específico ou um tema, recorte estético, temporal ou territorial.

Há pessoas que iniciam coleções de forma despretensiosa porque estão montando uma casa, por exemplo. Quanto mais pessoas interessadas em

possuir uma obra de arte original, melhor será para os artistas e também para o mercado. Todos se beneficiam.

Chamamos de colecionador aquele que adquire obras de forma sistemática, visando formar uma coleção.

Não importa se inicialmente ele expõe essas obras em sua residência ou se em algum momento vai abrir a sua coleção para o público. Normalmente, o que difere esses dois tipos de colecionador é o foco, o método e a disponibilidade financeira de continuar comprando regularmente.

Há entre esses colecionadores patronos de arte e doadores – o que diferencia um do outro é uma disposição de fomentar concretamente a produção de certos artistas. Em um sentido mais amplo, fala-se de mecenato para designar a manutenção de instituições, o incentivo financeiro de atividades culturais, como exposições de arte, feiras, restauro de obras de arte e monumentos.

Eles podem financiar a produção – só ou em grupo – ou ajudar uma instituição que deseja adquirir obras por meio de doações em espécie ou mesmo compra e posterior doação da obra (tratamos desse assunto com mais detalhe na [Parte C – Operacionalização](#)).

Algumas coleções privadas abrem-se ao público de forma permanente, institucionalizando-se, ou informalmente, sob agendamento para grupos e chamados específicos.

As coleções públicas, em museus ou instituições, devem ser pensadas a partir da natureza de cada museu para que disso decorram as diretrizes de seus acervos (falamos sobre esse tipo de coleção no tópico sobre museus e instituições).

IMPORTÂNCIA HISTÓRICA

A importância individual de uma bienal não é tão estável quanto se pensa. Seu prestígio flutua de acordo com a recepção crítica de suas edições e o conjunto de artistas, curadores, galeristas, colecionadores e público especializado que elas atraem.

A **Bienal de Veneza** mantém seu destaque ao longo do tempo, mesmo quando algumas de suas exposições não empolgam o mundo da arte, e continua sendo uma das principais plataformas de consagração.

Dividida em duas partes – a exposição curada pelo curador-geral e os pavilhões nacionais –, Veneza se torna vitrine para governos e colecionadores mostrarem seus artistas ou obras, muitas vezes em palácios renascentistas ou em edifícios alugados, já que os pavilhões fixos e próprios no Giardini limitam-se a abrigar delegações de menos de 30 países.

O fato de a mostra principal da Bienal de Veneza não contar com um orçamento governamental a coloca em uma chave mais comercial e sem muitos riscos, pois artistas participantes precisam contar com apoio financeiro de galerias de arte ou de seus países.

A mostra mais prestigiosa do mundo na atualidade é a **documenta de Kassel**, evento que ocorre a cada cinco anos na cidade alemã de Kassel. Fundada em 1955 com o propósito de recolocar a Alemanha nos trilhos da arte avançada após a perseguição nazista à arte e aos artistas modernos, a Documenta tornou-se uma espécie de bússola que aponta para onde os ventos da arte global estão soprando.

Sua generosa temporalidade e o robusto orçamento estatal permitem pesquisas curatoriais de fôlego, contrapondo-se à rapidez e ao imediatismo que a economia da arte impõe aos curadores *freelancers* ou mesmo institucionais. A densidade teórica de cada edição acaba se diluindo ao longo dos anos, gerando expectativas para o próximo evento.

232
 Bienais ou
 mostras
 de grande
 formato foram
 catalogadas
 pelo Biennial
 Foundation

A **Bienal de São Paulo** é a segunda mais antiga do mundo e uma das mais respeitadas, mesmo diante dos percalços políticos e econômicos vivenciados desde a sua criação em 1951. Isso ocorre por sua longevidade e importância histórica, por estar fora dos centros hegemônicos de poder, deslocando a peregrinação dos *jet setters* para a América do Sul e por ter ofertado novas miradas para a arte internacional, em especial na bienal de 1998, capitaneada por Paulo Herkenhoff, no auge do processo de globalização do mundo da arte contemporânea.

30,7%

dos artistas já participaram de bienais nacionais

26,5%

já participaram de bienais internacionais

91,5%

dos artistas respondentes visitam bienais nacionais

56,5%

visitam bienais internacionais

Fonte pesquisa própria

BIENAL DE VENEZA

A avó do circuito bienal global, Veneza é visita obrigatória no calendário, com as representações nacionais dos pavilhões permanentes no Giardini e Arsenale e os pavilhões *pop-up* salpicados nos *palazz* da cidade. É um evento de **posicionamento diplomático** entre nações no campo da produção artística.

CARNEGIE INTERNATIONAL

Exposição internacional de arte realizada no museu de mesmo nome e usada

como seu principal canal para a aquisição de arte contemporânea para sua coleção permanente. É a segunda exposição mais antiga e recorrente do mundo. Seu lançamento (em 1896, apenas um ano após a primeira Bienal de Veneza) é conhecida por ter exibido praticamente todos os grandes artistas modernos. Acontece a cada três ou cinco anos e, inicialmente, foi uma iniciativa educativa para introduzir os telespectadores norte-americanos ao melhor da arte mundial, mas evoluiu para ser uma bem curada **vitrine internacional**.

WHITNEY BIENNIAL

Ocorre no museu nova-iorquino de mesmo nome e funciona como rito de passagem para jovens artistas, que são conduzidos a escalões superiores da hierarquia do mundo da arte. Também é uma oportunidade para os favoritos de longa data que organizam retrospectivas de final da carreira – ou, como aconteceu há dois anos com Forrest Bess, um projeto curatorial que desencadeou grande interesse por um artista já morto e por muito tempo esquecido. Criticada ou elogiada, a Whitney Biennial serve como um **termômetro confiável** a respeito do modo como as coisas ocorrem no mundo da arte dos Estados Unidos.

BIENAL DE SÃO PAULO

A **segunda mais antiga do mundo** depois de Veneza, ocorre a cada dois anos desde 1951, quando foi fundada pelo empresário brasileiro Ciccillo Matarazzo. Desde 1957, seu lugar é no Pavilhão Ciccillo Matarazzo, desenhado por Oscar Niemeyer e Hélio Uchôa. Desde o início, aderiu ao modelo organizacional da Bienal de Veneza (por representações nacionais), o que durou até a 27ª Edição em 2006, curada por Lisette Lagnado.

DOCUMENTA

A cada cinco anos, o mundo da arte faz uma peregrinação à pequena cidade alemã de Kassel. Fundado em 1955, o evento tinha um foco mais regional no início. Destinado a unificar o país dividido geopoliticamente com base na cultura, Kassel foi escolhido por sua localização. Edições recentes têm expandido drama-

ticamente graças, em grande parte, ao seu status como a **exposição interativa** mais bem financiada.

BIENAL DE SIDNEY

Segunda bienal mais antiga do Hemisfério Sul, tornou-se um caso excepcionalmente internacional, trazendo **projetos de grande escala** por dezenas de artistas em toda cidade, desde locais convencionais como o Museum of Contemporary Art e da Art Gallery of New South Wales, até locais pouco óbvios, como o Royal Botanic Gardens, uma antiga prisão em Cockatoo Island, piers remodelados em Walsh Bay e, naturalmente, a Sydney Opera House.

BIENAL DE HAVANA

Lançada em 1984, tem se destacado por seu foco exclusivo em **artistas “non-westerns”**. A edição inaugural só incluiu artistas do Caribe e da América Latina, com as edições subsequentes expandindo para adicionar artistas do Oriente Médio, da África e da Ásia. Outra característica pouco habitual da Bienal cubana é sua política curatorial: em vez de um elenco rotativo de curadores *globetrotters* e celebridades, cada edição é supervisionada por uma equipe curatorial do Wifredo Lam Contemporary Art Center de Havana.

BIENAL DE ISTAMBUL

Fundada em 1987, as primeiras duas edições da Bienal de Istambul foram organizadas pelo curador local e crítico Beral Madra, mas, desde então, a exposição tem assumido um **caráter cada vez mais global**, trazendo curadores de renome mundial, como René Block (em 1995), Dan Cameron (em 2003), Adriano Pedrosa, e Jens Hoffmann (cocuradoria em 2011).

BIENAL DE LYON

Lançada em 1991 pelo dinâmico diretor do museu de arte contemporânea da cidade, Thierry Raspail, a Bienal de Lyon estabeleceu-se como o principal evento desse tipo na França. O curador suíço Harald Szeemann deu à bienal uma visão firmemente internacional com sua edição O Outro, em 1997. Desde então, os curadores têm enfrentado grandes ques-

tões, como o exotismo (Jean-Hubert Martin, 2000), a temporalidade (Le Consortium de Dijon, 2003) e a duração (Nicolas Bourriaud e Jérôme Sans, 2005), trabalhando com **palavras-chave temáticas** selecionadas por Raspail por três edições. O ciclo 2015-2019 centra-se no “moderno”, e foi inaugurada pelo diretor da Hayward Gallery, em Londres, Ralph Rugoff, em setembro de 2015.

BIENAL DE SHARJAH

Embora os Emirados Árabes Unidos tenham visto uma explosão de instituições de arte ao longo da última década, a Sharjah Biennial é um dinossauro na região, tendo sido lançada em 1993. Fundada pelo Departamento de Cultura e Informação, é gerido desde 2006 pela fundação sem fins lucrativos Sharjah Art, que organiza a programação de arte visual entre bienais também. Cada edição é organizada **em torno de um tema**, que pode ser conceitual ou abertamente político.

BIENAL DE GWANGJU

Em termos de orçamento, presença e influência, a Bienal de Gwangju está, sem dúvida, no topo dos eventos mundiais de arte. Localizado no berço da democracia coreana – o Massacre Gwangju, em 1980, ajudou a impulsionar o fim da ditadura –, ela foi conhecida por **projetos curatoriais surpreendentes**.

MANIFESTA

Bienal europeia itinerante concebida após a queda da União Soviética e lançada em 1996, em Roterdã, tem seu centro de operações em Amsterdã. O evento tem uma orientação clara de não se estabelecer em centros de arte tradicionais e de se envolver com as especificidades do local de acolhimento de cada edição e da cidade. O histórico da Manifesta é de impressionante rigor curatorial (um novo tema e curador, ou grupo de curadores, é escolhido para cada edição) e incentivo a artistas emergentes para criar projetos ambiciosos e experimentais que eles podem não ser capazes de executar no âmbito de uma exposição mais convencional.

BIENAL DE XANGAI

Maior bienal da China, existe desde 1996, quando o Museu de Arte de Xangai realizou sua edição inaugural. Desde então, a exposição se manteve focada naquele local, com projetos públicos adicionais: performances, palestras e programação se espalhando por toda a cidade.

BIENAL DE LIVERPOOL

A autoproclamada “Bienal Britânica de Arte Contemporânea” tem muito a ver com a **reinvenção de uma cidade** que ainda sofre pelo declínio como porto internacional. Os prédios vazios encontrados praticamente em todos os lugares de Liverpool são excelentes espaços de exposição, embora incomuns. A Bienal também atua como uma comissionadora de obras de arte temporárias e permanentes.

TRIEANAL DE YOKOHAMA

A mostra mais importante do Japão reúne alguns dos maiores **artistas asiáticos** do momento, incluindo previsíveis nomes japoneses, europeus e norte-americanos. A Trienal é a peça central da iniciativa Yokohama Cidade Criativa, lançada em 2004 e que vê a arte e a cultura como uma prioridade no desenvolvimento da cidade portuária. Sua quarta edição ocorreu logo após o tsunami de 2011, que devastou a costa japonesa, dando pungência adicional para o tema daquele ano: o relacionamento do Japão com o resto do mundo.

BIENAL DE MARRAKECH

Um dos pontos que distinguem Marrakech de outras bienais é sua **multidisciplinaridade**, com seções dedicadas ao cinema e vídeo, artes cênicas e literatura, cada um com seu próprio curador dedicado. Esse é um dos fatores determinantes da excepcional alta participação de artistas. Outra característica única da Bienal de Marrakech é seu formato trilingue, com obras e textos apresentados em árabe, francês e inglês. A exposição se expande em seus arredores mais profundamente do que muitas outras bienais, com projetos apresentados em templos seculares, prédios da era colonial, um teatro inacabado e o museu de arte local, entre outros locais espalhados pela cidade.

CALENDÁRIO DE BIENAS NO MUNDO
CONFIRA AS DATAS DOS EVENTOS NOS SITES DAS INSTITUIÇÕES

JAN	FEV	MAR
	02/2019 Chobi Mela X International Festival of Photography Dhaka, Bangladesh	7/3 a 10/6/2019 Sharjah Biennial 14 – Leaving the Echo Chamber Emirados Árabes
	9/2/2019 Desert X Palm Springs and Coachella Valley, Estados Unidos	8/3 a 5/5/2019 Bienal de Honolulu Havaí
	14/2 a 21/4/2019 Manif d'art 9 Québec, Canadá	
ABR	MAI	JUN
12/4 a 12/5/2019 Bienal de Havana Havana, Cuba	5/5 a 16/9/2018 Trienal de Bruges Bélgica	2/6 a 28/10/2018 RIBOCA Riga International Biennial of Contemporary Art Riga, Letônia
	Abertura em 2019 Bienal de Oslo Noruega	9/6 a 9/9/2018 Bienal de Berlim Alemanha
	11/5 a 24/11/2019 Bienal de Veneza Itália	9/6 a 19/9/2018 Bienal de Yinchuan China
		16/6 a 4/11/2018 Manifesta 12 Palermo, Itália
		Junho a setembro de 2019 Biennial of Graphic Arts Ljubljana, Eslovênia
		18/6 a 25/9/2022 documenta 15 Kassel, Alemanha
JUL	AGO	SET
7/7 a 30/9/2018 Front International Cleveland Exhibition for Contemporary Art, Estados Unidos	3/8/2018 a 6/1/ 2019 SITelines New Perspectives on Art of the Americas Santa Fé, NM, Estados Unidos	6/9 a 18/11/2018 Seoul Mediacity Biennale Seul, Coreia do Sul
29/7 a 17/9/2018 Echigo-Tsumari Art Triennale Japão	16/8 a 16/9/2018 21 Bienal de Arte Paiz Cidade da Guatemala	7/9 a 11/11/2018 12th Gwangju Biennale Coreia do Sul
14/7 a 28/10/2018 Bienal de Liverpool Grã-Bretanha	25/8 a 28/10/2018 Open Spaces Kansas City, Estados Unidos	7/9 a 9/12/2018 Bienal de São Paulo Brasil
	1/8 a 14/10/2019 Aichi Triennale Aichi/Nagoya, Japão	29/9 a 2/12/2018 Les Ateliers de Rennes Contemporary Art Biennale Rennes, França
	30/8 a 29/9/2019 LIAF – Lofoten International Art Festival Lofoten Islands, Noruega	Setembro a Dezembro de 2019 Toronto Biennial of Art Ontario, Canadá
		14/9 a 10/11/2019 Bienal de Istambul Turquia

OUT	NOV	DEZ
6/10/2018 Qalandiya International Eventos em cidades e vilas palestinas e em Nova York, Cidade do Cabo e Pequim	8/11/2018 a 3/2/2019 Biennale de l'Image en Mouvement Genebra, Suíça	12/12/2018 a 29/3/2019 4th Kochi-Muziris Biennale Kochi e Muziris, Índia
13/10/2018 a 25/3/2019 57th Carnegie International Pittsburgh, Estados Unidos	10/11/2018 a 10/3/2019 12th Shanghai Biennale China	
15/10/2017 a 1/6/2019 KölnSkulptur #9 Colônia, Alemanha	17/11/2018 a 10/3/2019 1th Taipei Biennial Taiwan	
27/10 a 2/12/2018 4th International Biennial of Casablanca Marrocos	24/11/2018 a 28/4/2019 APT9 9th Asia Pacific Triennial of Contemporary Art Brisbane, Austrália	

Galerias de arte

GALERIAS DE ARTE se diferenciam em relação à natureza de suas operações. Quando representam os artistas em atividade diretamente, são chamadas de **mercado primário**; quando não têm representação e vendem obras de particulares, são chamadas de **mercado secundário**. Também existem galerias que atuam nos dois mercados simultaneamente.

MERCADO PRIMÁRIO

NESSE GRUPO, as galerias têm um papel duplo: atuam na esfera comercial vendendo obras de arte e na esfera institucional, representando e promovendo o trabalho dos artistas. Dependendo de seu tempo de atuação no mercado, do conhecimento e da influência junto a outros agentes, o peso vai ser maior para um ou outro lado.

Também existe uma hierarquia econômica entre elas. O capital financeiro (recursos disponíveis para investimento no negócio) e o capital social (campo de influência) impactam e ajudam nas relações com colecionadores e instituições e na participação em feiras e outros eventos. Quanto mais capital financeiro e social tem a galeria, mais potente é o negócio – essa regra se aplica tanto ao mercado primário como ao secundário.

Às vezes, a hierarquia econômica não corresponde à hierarquia cultural; existem galerias cujo poder econômico não é grande, mas têm um grande prestígio cultural. Do mesmo modo, também observamos que o prestígio cultural não é igual mesmo entre as que possuem poder econômico semelhante. O prestígio cultural das galerias às vezes se confunde com o seu prestígio social.

Outra confusão bastante comum é qualificar o artista pela galeria que o representa, e não pela obra que produz, como se o valor simbólico do artista e de sua obra estivesse diretamente ligado aos valores econômico e cultural dessas galerias. Fica a impressão de que o todo é mais importante do que as suas partes; essa visão equivocada gera, em alguns agentes que atuam no mercado, a ideia de que o artista que não pertence a nenhuma galeria não tem valor.

81,2%

dos artistas visitam galerias nacionais três ou mais vezes ao ano

30,7%

nunca visitam galerias internacionais

Fonte pesquisa própria

Artista sem galeria é artista morto?

ESSA FRASE, surpreendentemente repetida vez ou outra por colecionadores, galerias e curadores, nasce do equívoco de considerar que o artista que não pertence a uma galeria é invisibilizado ou não tem valor. É compreensível que galerias e colecionadores digam isso, mas curadores e artistas não deveriam reproduzir tal discurso, porque é possível adicionar prestígio cultural e econômico a um artista por outras formas que não a representação comercial por meio de galerias de arte.

Um artista que não é representado por galeria é um artista, e vai ser sempre um artista. No centro do sistema da arte está o artista, produzindo o que será comercializado por galerias, exibido em museus e instituições e adquirido por os todos que se interessam por arte.

Não queremos incitar a discussão sobre quem é mais importante: se é a galeria que faz o artista ou o artista que faz a galeria, já que ambos se beneficiam quando há uma parceira equilibrada. Se um artista consagrado passa a ser representado por uma galeria jovem, certamente vai ajudar a galeria a ter projetos aprovados em feiras, ou mesmo atrair curadores e colecionadores que ela não teria como acessar de outra forma. O mesmo pode acontecer a um artista jovem que é representado por uma galeria estabelecida e se beneficia dos muitos contatos institucionais e de colecionadores que frequentam a galeria, podendo até facilitar a internacionalização da sua obra.

50,4%
dos artistas são representados por galerias de arte nacionais ou internacionais

Deste grupo,
76,2%
por galerias nacionais,
5%
por galerias internacionais,
18,6%
por galerias nacionais e internacionais

Fonte pesquisa própria

Há galerias com diversos perfis, e nos últimos 10 anos surgiram, com maior ou menor sucesso, galerias que se dedicam exclusivamente à venda de múltiplos, de *Street Art*; de edições para mídias digitais, de livros de artista, galerias online. Elas são mais comuns fora do Brasil, como a Artsy.net, a Seditonart.com – especializada em obras sonoras e imateriais e com venda somente online – e a www.saatchiart.com, que, além de ter um espaço dedicado a edições, faz uma feira de arte exclusiva para artistas chamada The other art fair.



Para saber mais sobre as galerias brasileiras do mercado primário, visite:

<http://abact.com.br/>

<http://latitudebrasil.org/>



COMO O ARTISTA CHEGA ÀS GALERIAS?

No mundo ideal, as galerias vão até os artistas quando veem seu trabalho em alguma exposição ou quando algum curador ou colecionador o recomenda. Um artista já representado também pode apresentar à galeria outro artista. Participar de salões, prêmios, editais é uma maneira de entrar nesse mercado e começar a conhecer as pessoas que podem levar o artista até uma galeria. Mas não existe regra para esse encontro.

Trata-se de um relacionamento que deve ser construído. Primeiro com seus pares, depois com outros agentes do mercado – todas essas relações podem virar um convite para representação. Mas isso leva tempo e requer disposição para abrir alguns caminhos com ações como:

- Ir a exposições, entender qual é o perfil dos artistas representados pela galeria e verificar se o seu perfil está de acordo.
- Conhecer artistas que já são representados pelas galerias e que podem indicar o seu trabalho.

- Conversar com as pessoas que trabalham nas galerias, perguntar se pode enviar um portfólio ou mesmo o link para o site.

Se o artista não interage com seus pares ou com o mercado, não frequenta as galerias da cidade onde vive, não participa de nenhuma iniciativa que faz com que o trabalho seja exibido e circule, existe o risco de que nada aconteça – essa é uma preocupação de muitos artistas que vivem fora dos grandes centros.

O isolamento e a falta de oportunidades podem ser reduzidos se os artistas se unem e começam a se movimentar para fazer exposições ou mesmo montar espaços independentes (há vários espalhados pelo país). Um curador local pode fortalecer essas ações, e instituições locais, quando existem, podem dar apoio. Planejar as ações com os recursos e as redes disponíveis pode diminuir o isolamento.

MERCADO SECUNDÁRIO

O **TERMO MERCADO** secundário designa todos os investimentos que trocaram de mãos entre agentes que possuem o ativo, ou seja, trabalham com revenda. As operações em mercado secundário são as que acontecem entre colecionadores, após a primeira compra, diretamente ou por intermédio de galerias do mercado secundário, leilões ou *marchands* e consultores de arte – esses dois últimos podem atuar no mercado secundário como agentes que compram e vendem por comissionamento obras de arte dispensando galerias, atividades regulares de exposição ou mesmo empresas estabelecidas.

Representantes do mercado secundário não têm compromisso com a representação do artista, ou seja, não fazem o trabalho institucional que as galerias de mercado primário fazem, por exemplo. Dessa forma, não há consignação de obra direta com artistas para posterior venda.

Pode até haver casos em que esses comerciantes comprem diretamente

obras dos artistas ou famílias de artistas mortos, ou mesmo recebam obras em consignação. Nessas situações, eles desempenham uma função de agente comercial que, do ponto de vista econômico, se aproxima da função de galerista de mercado primário, mas não tem o componente de representação institucional. No geral, eles consignam diretamente com o atual proprietário da obra.

Diferentemente do que acontece no mercado primário, essas galerias não têm acesso direto e privilegiado à produção atual dos artistas nem dispõem de acervos atualizados frequentemente. As obras que possuem para vender devem ser captadas no mercado, e eles devem construir uma rede com seus pares e com colecionadores para acessarem as obras que já estão em circulação.

Curiosamente, diferentemente do que acontece no mercado primário, as galerias que trabalham com mercado secundário atuam em rede, e não raro fazem negócios em conjunto e se unem para adquirir uma obra ou mesmo vender obras.

Algumas galerias de mercado secundário compram obras de artistas que se encontrem em uma etapa intermediária em suas carreiras, para guardá-las e vendê-las posteriormente, como um investimento. Também é comum que as próprias galerias adquiram as obras quando alguém oferece à venda. Eles podem guardá-las para fazer uma exposição no futuro ou mesmo lucrar com a revenda, quando a obra é oferecida por um valor atrativo, ou mesmo abaixo do valor de mercado. É comum que essas galerias façam exposições quando possuem espaço para isso.

O processo de entrada da obra é muito semelhante ao processo realizado por leilões, com a diferença de que nem sempre as obras serão fotografadas ou mesmo colocadas em um catálogo. Definido o valor para a obra e a comissão que o atual proprietário pagará em caso de venda, gera-se um contrato de consignação da obra, assinado por ambos, e o *marchand* pode começar a

promover a venda da obra, oferecendo-a para seus clientes. Interessa, portanto, ao agente do mercado secundário, ter acesso às melhores obras à venda e a uma cartela de clientes qualificada e disposta a pagar pelas obras.

O comissionamento varia de acordo com o valor da obra, na faixa entre 3% a 20%, dependendo da negociação entre o atual proprietário da obra e o *marchand*. Há casos em que o proprietário diz qual é o valor mínimo que aceita receber pela obra e o *marchand* fica livre para colocar sobre esse valor o comissionamento que deseja. Não há uma regra; isso é definido na hora da negociação.

DIREITO DE SEQUÊNCIA

No mercado secundário, nos casos de valorização da obra, os direitos de sequência são devidos ao artista e deveriam ser pagos, mas esse ainda é um assunto delicado e que gera muito debate entre colecionadores, galeristas e leiloeiros, que não chegam a uma conclusão sobre como proceder. Neste guia explicamos como funciona o Direito de Sequência previsto na Lei de Direito Autoral e o que o artista deve fazer para garantir a sua execução em caso de revenda de obra de sua autoria.

Consultores de arte

A EXISTÊNCIA DE consultores de arte atuando no mercado não é algo novo, mas na última década essa prática vem se tornando cada vez mais popular. Se, no passado, os colecionadores decidiam o que comprar sozinhos, no máximo ouvindo a opinião de um galerista ou curador de sua confiança, passou a ter sinônimo de status ser assessorado por um consultor ou ter um curador como conselheiro.

Vários são os fatores que colaboram para isso, mas o principal deles é a falta de tempo. É preciso ter tempo para estudar, para olhar e amadurecer esse olhar. Em tempos em que as pessoas lidam com excesso de informação

e estímulo, fica cada vez mais difícil encontrar tempo livre para se dedicar à apreciação e ao entendimento da arte.

Há também o fato de que colecionar é um símbolo de status, e o dinheiro novo se estabelece na sociedade por meio da aquisição de capital cultural. Hoje em dia um número crescente de compradores busca consultores com o conhecimento necessário para adquirir uma coleção.



O QUE FAZ UM CONSELHEIRO?

Os conselheiros (em inglês, *advisors*) diferenciam-se dos consultores de arte na forma como são remunerados pelo trabalho. É praxe no mercado que o consultor seja remunerado por comissionamento pago pelas galerias. Conselheiros normalmente são remunerados pelos próprios solicitantes, no caso, os interessados na compra.

Arquitetos e decoradores podem atuar como consultores, assim como colecionadores mais experientes quando orientam seus amigos ou colegas de trabalho. Há até casos em que artistas fazem o mesmo; tudo depende do grau de confiança entre essas pessoas.

Conselheiros também podem ajudar um colecionador a adquirir obras de artistas mais cobiçados em galerias nacionais e internacionais. Um colecionador menos conhecido muitas vezes não consegue entrar em uma galeria e adquirir o que deseja, e fora do Brasil o processo é ainda mais complicado (algumas galerias não dizem nem o valor da obra, principalmente quando se trata de um artista com muita demanda do mercado).

Cada galeria precisa confiar que o colecionador não está comprando para colocar a obra em um leilão no momento seguinte ou especulando, e essa confiança leva tempo para se estabelecer. Os principais conselheiros já têm esses contatos na maioria dos casos e facilitam o acesso a essas obras.

Nos dois casos existem profissionais que fazem sugestões bastante diretas e indicam o que seus clientes devem comprar. A desvantagem dessa prática é que ela contribui para a uniformização das coleções. O pensamento que rege essa forma de trabalhar é sempre indicar o que está sendo considerado “um bom investimento”, seguindo o mesmo princípio de ações em uma carteira financeira. É por isso que vemos tanta similitude na maioria das coleções, o que é uma pena, já que há tanta diversidade na arte brasileira.

Mas existem profissionais que acreditam que o gosto do colecionador deve ser levado em conta, já que são eles que pagam pelas obras. Nesse caso, eles podem fazer uma pré-seleção, orientar e deixar que os colecionadores decidam o que vai ser adquirido.

Qualquer pessoa que entenda sobre o funcionamento do mercado e de arte, tenha conhecimento sobre história da arte e sobre os artistas contemporâneos pode se tornar um *advisor*, porém existem dificuldades para quem quer começar a atuar. Esse é um mercado que tem grandes barreiras para novos entrantes. Quanto maior o tempo de experiência nesse mercado, maiores as chances de trabalho. Se o profissional trabalhou em grandes galerias ou casas de leilão, suas chances de conseguir clientes são maiores. De qualquer modo, é desejável que esse profissional tenha uma vasta rede de contatos.

Casas de leilão

COMO FUNCIONAM

Os leilões, assim como as galerias que trabalham com mercado secundário, são locais procurados por quem tem obras e quer colocá-las à venda. Não importa se se trata de um espólio, de obras que ganhou ou trocou ou peças que já não fazem mais sentido em uma coleção. Elas podem ser vendidas por um *marchand* em mercado secundário ou uma casa de leilão.

Nos dois locais o processo de trabalho é muito semelhante. Primeiramente,

as casas de leilão conduzem **rigorosa avaliação** tanto do estado de conservação da obra como de sua proveniência. Dessa forma, evita-se qualquer problema com relação à autenticidade. Também é possível checar se as obras se encontram livres e desembaraçadas de quaisquer **ônus, espólio, partilha** e garantem que o vendedor está apto a assinar um recibo e dar a **transferência** de propriedade da obra em caso de venda.

De acordo com James Lisboa, Leiloeiro Oficial e Perito Judicial do Estado de São Paulo com mais de quatro décadas de experiência nesse mercado, 90% das obras captadas para um leilão são provenientes do mercado secundário, e é raro que venham do mercado primário, ou seja, que sejam consignadas diretamente com artistas.

Diferentemente das galerias do mercado primário ou secundário, as casas de leilão têm suas **práticas reguladas**, e a atividade do leiloeiro é fiscalizada e regulamentada por Decreto no 21.981 de 19 de outubro de 1932.

A comissão a ser paga em caso de venda varia de acordo com o valor da obra podendo, em alguns casos, chegar a 23%. Importante pontuar que o leiloeiro pode ser comissionado tanto pelo vendedor, quanto pelo comprador numa mesma transação.

O LEILÃO PASSO A PASSO

ETAPA 1: AVALIAÇÃO

EM GERAL AS CASAS de leilão consideram os seguintes fatores na avaliação das obras:

AUTORIA, TEMA E FASE

O mesmo autor pode ter valores distintos dependendo da fase ou mesmo do tema da obra.

TÉCNICA

A valorização é feita de acordo com a técnica, da mais à menos valorizada:

- Óleo e/ou acrílica sobre tela, madeira ou cartão;
- Guache ou têmpera sobre cartão ou papel;
- Aquarela, pastel, lápis de cor ou ecoline sobre papel;
- Desenhos a nanquim, carvão, sanguínea, sépia ou lápis;
- Gravuras (litografia, xilogravura, gravura em metal, serigrafia).

DIMENSÕES

O tamanho influencia o preço: quanto maior a obra, maior o valor atribuído a ela.

ESTADO DE CONSERVAÇÃO

Quanto melhor o estado de conservação da obra, maior o valor atribuído a ela.

ASSINATURA E DATAÇÃO

Obras que não estão assinadas e datadas normalmente valem menos do que as que possuem assinatura e data.

ORIGEM

De onde veio e em que coleção está, qual a documentação que acompanha a obra, se está livre e desembaraçada.

PARTICIPAÇÃO EM EXPOSIÇÕES

É preciso ter a documentação dessa participação na forma de convites e catálogos.

É importante assinar, datar e fornecer certificado de autenticidade quando se vende uma obra. Além de ajudar muito na verificação da autenticidade da obra, isso garante que ela não perca valor pela falta de ambos no futuro.

ETAPA 2: PREÇO

APÓS ESSA FASE, pode-se definir com o proprietário da obra um **valor de reserva**, que é o valor mínimo que os lances devem alcançar para que a obra seja vendida, conforme valor acertado entre o proprietário e o leiloeiro.

Já a estimativa de venda da obra, publicada no catálogo e divulgada pela casa de leilão, é uma instrução sobre os valores praticados no mercado, e não necessariamente corresponde ao valor de reserva. **O valor mínimo gira em torno de 80% do valor de mercado da obra**, pois dessa forma é possível atrair compradores para o leilão, e o valor máximo seria o que o mercado estaria disposto a pagar.

O valor final de venda está condicionado ao apetite do mercado para aquela oferta. Não raro, obras mais disputadas excedem o valor máximo estimado. Há casos em que as obras não recebem lances ou os lances recebidos estão abaixo do valor de reserva. Nesses casos, a obra retorna ao proprietário.

ETAPA 3: PRODUÇÃO DO CATÁLOGO

PARA A PRODUÇÃO do catálogo, as obras são fotografadas, há um levantamento de informações sobre ela para produzir conteúdo e torná-las ainda mais atraentes, e esse catálogo é enviado aos colecionadores e frequentadores

dos leilões. Pode haver também uma curta exposição das peças a serem leiloadas, para que interessados possam ver e examinar pessoalmente as obras antes da data do leilão.

ETAPA 4: VENDA

LEILÕES NORMALMENTE SÃO abertos ao público. Não é preciso apresentar convite para participar, nem é cobrada entrada. Mas para participar dando lances é necessário fazer um cadastro prévio. O funcionamento nas principais casas de leilão no mundo todo é bastante parecido: os primeiros lances são anunciados e os compradores seguem dando seus lances, presenciais ou não, até que cessem e o leiloeiro bata o martelo.

O PAPEL DO LEILOEIRO

O principal objetivo do leiloeiro é dar liquidez para o proprietário da obra e obter o melhor preço de venda, de acordo com seu deveres fiduciários, controlados por diferentes leis e regulamentos. Leiloeiros são responsáveis pela avaliação, por determinar junto ao vendedor se um preço de reserva ou garantia será estabelecido, por promover a obra, conduzir o leilão de forma que o resultado seja a venda e, ao final, recolher os fundos do comprador e remetê-los para o vendedor. No caso de venda, depois de recebido do comprador o valor total, a casa de leilão paga o vendedor, deduzidas as comissões, serviços e impostos devidos.

Leilão virtual

Diferentemente das galerias por internet, os leilões virtuais são muito populares. A internet revolucionou o mercado para os leilões, aumentou a quantidade de participantes, já que o comprador pode dar lances de qualquer lugar do mundo. Isso não só aumentou o volume de vendas, como a base de clientes de casas de leilão.

UMA BALIZA PARA O MERCADO

Leilões são importantes **reguladores do mercado** de arte porque estabelecem padrões para comparação de valores. É comum que as referências de preços e as avaliações, assim como os resultados do leilão, sejam um termômetro do mercado de artes visuais.

Em um leilão, o valor da estimativa é divulgado antes do leilão. Esse dado é público. Ao vender uma obra, os valores finais também são divulgados. Dessa forma, pode-se acompanhar a subida e descida dos preços, o que é impossível nas galerias de mercado secundário, cujas vendas são privadas.

Os leilões acabam sendo também um **termômetro das “bolhas”** – da especulação – quando elas surgem e da aceleração ou desaceleração dos mercados, ou mesmo da atenção recebida por um artista em particular.

41%

dos artistas já tiveram sua obra ofertada e/ou vendida em leilão de arte nacional

6,8%

já tiveram sua obra ofertada e/ou vendida em leilão de arte internacional

Fonte pesquisa própria

Feiras de arte

IMPORTÂNCIA HISTÓRICA

Foi necessário que o entendimento do comércio de arte ganhasse corpo, maturidade e volume para que o primeiro encontro comercial da categoria acontecesse nos moldes que conhecemos hoje. É muito interessante observar que a primeira feira não ocorreu em Miami, nem em Londres ou em Nova Iorque. A primeira feira contemporânea de arte foi realizada em 1967, na então Alemanha Ocidental, na cidade de Colônia. Após a inauguração da KUNSTMARKT 67 em setembro daquele ano, a tipologia que foi estabelecida permanece bastante similar até hoje.

Não eram só estandes abarrotados de arte, mas também havia já a rixa entre os *dealers* que funcionavam como *gatekeepers* (reguladores dos sistema) e aqueles que foram deixados intencionalmente de fora do evento. Além dessa semelhança com as feiras atuais, havia várias outras, como a existência de pequenas mostras paralelas (que hoje deram origem às feiras satélites), exposições monográficas que procuram assegurar a qualidade estética da mostra (similarmente à função das sessões curadas das feiras, como *Solo Projects*) e também a inclusão de trabalhos de grande escala.

Para conseguir investimento municipal para para lançar a feira, dois *dealers* locais (Hein Stünke e Rudolf Zwirner, pai do galerista David Zwirner) se uniram a 16 *dealers* e montaram uma organização: a Associação de *Dealers* de Arte Alemã Progressiva. Segundo o site oficial da feira, o projeto foi motivado pela urgência da necessidade de dar nova vida ao apagado mercado de arte na Alemanha Ocidental.

Poucos anos antes, Paris estava à beira de perder o seu papel central como a capital do mundo da arte moderna, e a arte moderna francesa estava prestes a perder a liderança do mercado. Isso ocorreu na esteira da segunda edição da *documenta* – certamente uma das mais relevantes mostras periódicas de grande formato do mundo – em 1959. Com o *boom* da arte moderna americana, Nova Iorque passou a ser a nova capital mundial da arte. No final da guerra, a Alemanha Ocidental tinha perdido a sua capital e seus focos culturais. Com Bonn como a nova capital do país, a Renânia – uma potência industrial no centro da Europa impulsionando a economia da Alemanha Ocidental e atuando como um *hub* para toda a economia da Europa Ocidental – assumiu a posição de centro do mundo da arte da Alemanha Ocidental.

Alta concentração de negócios, indústrias e colecionadores de arte – essas eram as pré-condições ideais para qualquer projeto voltado ao mercado de arte nos anos 1960. O projeto inicial de Stünke e Zwirner era de curto prazo. Mas seu objetivo a longo prazo era promover a nova arte que estava sendo produzida por jovens artistas alemães. Eles queriam apresentar esses artistas a um mercado internacional e atrair novos compradores.

A feira, hoje conhecida como Art Cologne (que em 2019 tem sua 53ª edição), teve um papel definitivo no desenvolvimento do mercado internacional e estabeleceu o formato que influenciou todas as iniciativas subsequentes do mercado de arte.

30,7%
dos artistas
respondentes
nunca visitam
feiras nacionais

64,9%
nunca estiveram
em feiras
internacionais

Fonte
pesquisa própria

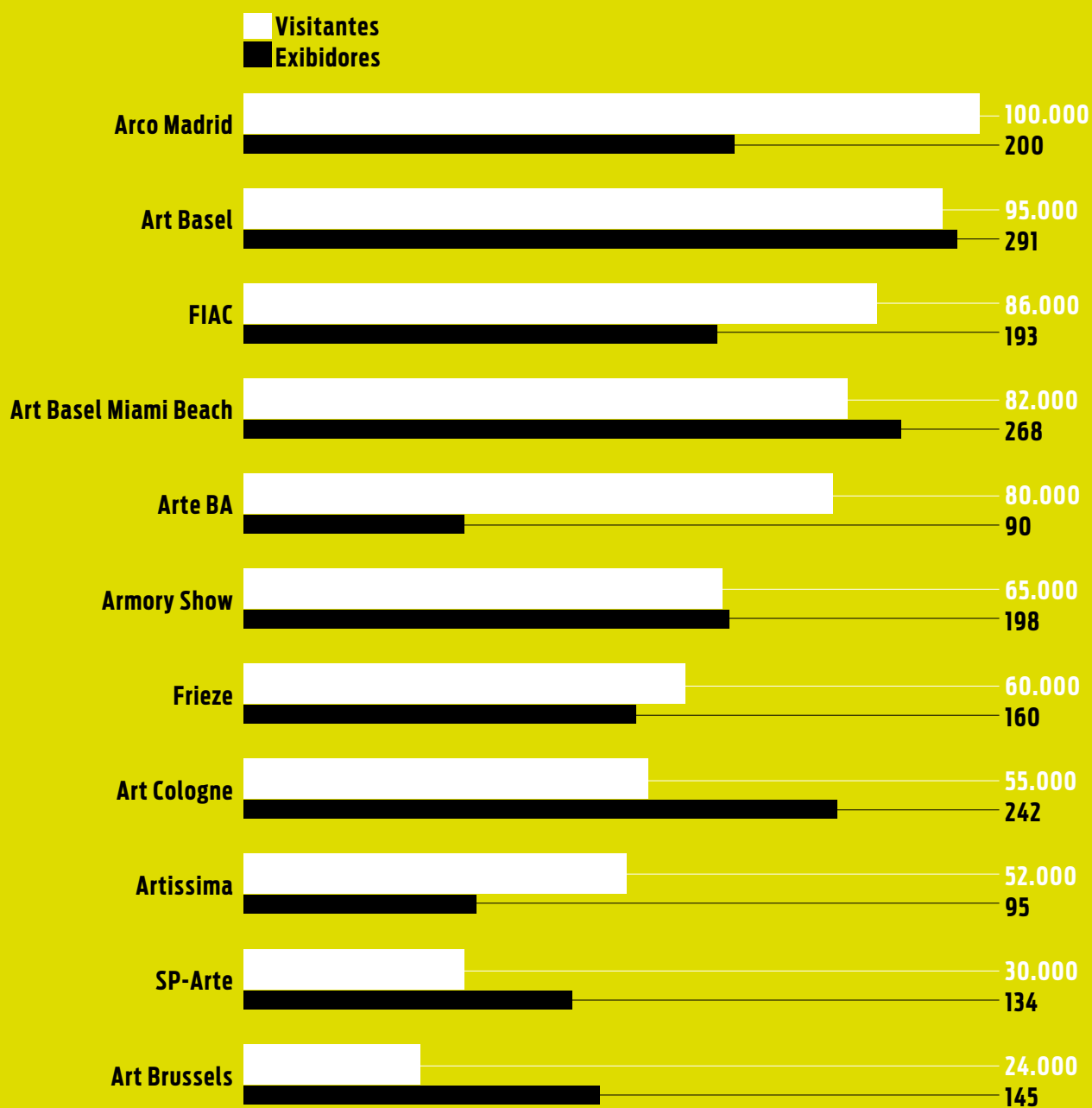
Três aspectos fizeram dessa feira e de seus primeiros anos um marco:

- Estabelecimento do **modelo** atual praticamente imutável de feira de arte contemporânea sob aspectos como objetivo do evento, estrutura arquitetônica, seleção de conteúdo e participantes, visitação, relacionamento com os clientes, impacto local com advento de eventos paralelos;
- Plataforma para uma **discussão** livre e de grande repercussão de arte como bem de consumo, como nunca havia existido;
- **Reconexão** da Alemanha Ocidental com o mundo da arte internacional.

Após o advento bem-sucedido da Art Cologne, outras feiras ocidentais se seguiram: Art Basel na Basileia (1970), FIAC em Paris (1974), Art Chicago em Chicago (1979), The Armory Show em Nova Iorque (1998) e Frieze em Londres (2003). Todas elas (com exceção da Art Chicago) seguem até os dias atuais ininterruptamente e com grande prestígio.

Na América Latina, a feira mais longeva é arteBA, em Buenos Aires, que ocorre desde 1991. Em 2003, surgiu a mexicana Zona Maco e, em 2005, a paulistana SP-Arte.

Principais feiras no mundo por número de visitantes
Relatório da Skate's Art Market Research considerando as edições de 2017



Fonte sites das feiras

As feiras de arte contemporânea mais prestigiosas, portanto mais concorridas, são: Art Basel (Basilea, com sucursais também em Miami e Hong Kong), Frieze (Londres e Nova Iorque), The Armory Show (Nova Iorque), FIAC (Paris) e ArcoMadrid (Madri).

CALENDÁRIO DE FEIRAS NO MUNDO
Confira as datas dos eventos nos sites das instituições

EXISTEM MUITO MAIS feiras paralelas em cada cidade do que listamos abaixo, mas o intuito é dar uma ideia de como as feiras se multiplicaram. Hoje elas são muitas, em todos os continentes, tornando a tarefa de acompanhar es-

ses eventos em uma grande maratona de volta ao mundo em 12 meses. Há muito debate entre as galerias sobre a viabilidade dessa expansão, dada a atual saturação e proliferação das feiras.

JAN	FEV	MAR
2 a 14 UNTITLED , São Francisco, Estados Unidos	1 a 4 artgenève Genebra, Suíça	7 a 11 Collectible Bruxelas, Bélgica
17 a 21 London Art Fair , Londres, Grã-Bretanha	1 a 4 SetUp Contemporary Art Fair Bolonha, Itália	7 a 11 VOLTA NY Nova York, Estados Unidos
18 a 21 Outsider Art Fair Nova York, Estados Unidos	1 a 4 Art City Bologna Bolonha, Itália	7 a 11 Armory Show Nova York, Estados Unidos
25 a 28 Art Los Angeles Contemporary Los Angeles, Estados Unidos	1 a 5 Arte Fiera Bologna , Bolonha, Itália	8 a 11 SCOPE Art Fair Nova York, Estados Unidos
25 a 28 Art Stage Singapore República de Singapura	7 a 11 Art Rotterdam Holanda	8 a 11 Independent New York Nova York, Estados Unidos
26/1 a 4/2 BRAFA Art Fair Bruxelas, Bélgica	7 a 11 ZonaMaco Cidade do México, México	8 a 11 NADA New York Nova York, Estados Unidos
	9 a 12 India Art Fair Nova Delhi, Índia	7 a 18 TEFAF Maastricht , Maastricht, Holanda
	16 a 18 Cape Town Art Fair Cidade do Cabo, África do Sul	21 a 24 Art Dubai Dubai, Emirados Árabes
	20 a 25 ARCO Madrid Madri, Espanha	27 a 31 Art Basel Hong Kong , China
	20 a 25 JUSTMAD Madri, Espanha	27 a 31 Art Central Hong Kong, China
	20 a 25 Art Madrid Madri, Espanha	
	22 a 25 Art Karlsruhe Alemanha	
	24 a 25 1-54 Contemporary African Art Fair Marrakech, Marrocos	
	27/2 a 4/3 ADAA Art Show Nova York, Estados Unidos	
ABR	MAI	JUN
4 a 8 Art Paris Art Fair Paris França	2 a 6 Frieze Art Fair NY Nova York, Estados Unidos	12 a 17 Art Basel Basel, Suíça
11 a 15 SP-Arte São Paulo, Brasil	3 a 6 Art New York Nova York, Estados Unidos	12 a 17 SCOPE Basel Basel, Suíça

12 a 15 Market Art Fair Estocolmo, Suécia	4 a 6 1-54 Contemporary African Art Fair Nova York, Estados Unidos	12 a 17 Design Miami/Basel Basel, Suíça
18 a 22 Art Cologne Alemanha	3 a 8 TEFAF New York Spring Nova York, Estados Unidos	12 a 17 Art Basel Basel, Suíça
19 a 22 Art Brussels Bélgica, Bruxelas	17 a 20 ARCO Lisbon Lisboa, Portugal	11 a 17 Liste Basel, Suíça
19 a 22 Independent Bélgica, Bruxelas	17 a 20 Photo London Londres, Grã-Bretanha	28 a 05/Jul Masterpiece London Londres, Grã-Bretanha
19/4 a 2/5 Art Beijing Art Fair Beijing, China	24 a 27 ArteBA Buenos Aires, Argentina	
JUL	AGO	SET
12 a 15 Art Santa Fe Santa Fé, Estados Unidos	2 a 5 Seattle Art Fair Seattle, Estados Unidos	06 a 09 Cosmoscow Moscou, Rússia
	22 a 26 ZONAMACO FOTO & SALÓN Cidade do México, México	13 a 16 Positions Berlin Berlim, Alemanha
	30/8 a 2/9 Code Art Fair Copenhague, Dinamarca	21 a 23 Unseen Amsterdam Amsterdã, Holanda
	31/8 a 3/9 Chart Art Fair Copenhague, Dinamarca	27 a 30 Art Berlin Berlim, Alemanha
		27 a 30 Art Rio Rio de Janeiro, Brasil
		27 a 30 Vienna Contemporary Viena, Áustria
OUT	NOV	DEZ
4 a 7 Frieze Art Fair Londres, Grã-Bretanha	4 a 7 Artissima Turim, Itália	4 a 9 CONTEXT Art Miami Miami, Estados Unidos
4 a 7 Frieze Masters Londres, Grã-Bretanha	4 a 7 Paris Photo Paris, França	4 a 9 UNTITLED Miami, Estados Unidos
4 a 7 1-54 Contemporary African Art Fair Londres, Grã-Bretanha	8 a 11 ARTO21 Shanghai, China	5 a 9 Art Basel Miami Beach Miami, Estados Unidos
1 a 7 PAD London Art + Design Londres, Grã-Bretanha	16 a 18 Art Düsseldorf Alemanha	6 a 9 PULSE Miami, Estados Unidos
4 a 7 Korea International Art Fair (KIAF) Seul, Coreia do Sul		
18 a 21 FIAC Paris, França		
25 a 28 ARTBO Bogotá, Colômbia		
27 a 31 TEFAF New York Fall Nova York, Estados Unidos		

O papel das feiras e das bienais

NOS ÚLTIMOS CINCO anos, parece haver um **rearranjo de forças** entre as feiras de arte e as bienais. A diminuição de verbas públicas em bienais e museus mundo afora tem reforçado a presença de capital privado nos eventos institucionais, enfraquecendo a autonomia de museus e centros de arte com relação ao mercado.

Chegou-se ao ponto do novo Whitney Museum, em Nova Iorque, dedicar uma sala para exposições de galerias; seu diretor afirma que esses são, de fato, os artistas da atualidade. Em um sistema equilibrado, galerias atuam na legitimação de artistas de uma forma diferente dos museus, assim como feiras e bienais teriam e tinham focos e modelos distintos.

Concomitantemente, desde a crise financeira de 2008, a arte passou a ser encarada como um bom investimento por investidores globais temerosos em continuar a perder dinheiro, o que tem gerado **bolhas de especulação financeira** em cenas artísticas mundo afora. O interesse mercadológico tem se sobressaído em relação a outros interesses que não necessariamente vão de

encontro a uma valorização monetária instantânea ou de curto prazo, prejudicando a aposta em possíveis futuros da produção artística.

Dessa forma, **os papéis das feiras e das bienais no sistema da arte têm se confundido**. Além disso, as feiras têm incorporado formatos de projetos, como seminários de especialistas e mostras de performances, que há até pouco tempo atrás eram marcas de bienais ou iniciativas institucionais. Grosso modo, as fronteiras entre feiras e bienais de arte têm se diluído, mesmo sendo seus propósitos sistêmicos tão distintos, pois um evento tem como missão vender as obras e o outro busca dar visibilidade institucional por meio de um discurso curatorial.

Um aspecto que tem contribuído para esgarçar as fronteiras entre feiras e bienais é o poder de atração que as feiras têm conseguido ao juntar, em suas edições ao redor do mundo, profissionais de todas as posições do sistema da arte, transformando-se em um **fórum de discussão** e encontro tão importante para a visibilidade e legitimação que as bienais.

PRODUÇÃO

1 Formação e capacitação do artista

Contexto

Não existe um consenso ou pensamento uniforme a respeito da formação de um artista no Brasil. As convenções sobre o que é arte ou sobre o que torna uma obra relevante, assim como as aptidões esperadas de um artista, mudam de tempos em tempos.

Desde os anos 1960, discurso e conceito vêm adquirindo relevância na arte contemporânea. Isso faz com que o domínio técnico atualmente seja insuficiente para um artista. Não basta saber tudo de uma técnica, um suporte ou uma linguagem. É preciso compreender esses elementos criticamente para desconstruí-los, transgredi-los e renová-los, numa operação que amplia possibilidades semânticas e formulações artísticas.

Em sua formação, é essencial que o artista frequente ambientes estimulantes, tenha interlocutores relevantes e mentores com ampla bagagem teórica e prática. A formação de um artista nunca termina. Mesmo quando já possui uma linguagem própria, é preciso continuar a se inteirar dos acontecimentos e a responder ao mundo e ao contexto.

Diferentemente do artista moderno, o artista contemporâneo não necessariamente se detém em um único material ou tema ou desenvolve um “estilo” com o qual é facilmente reconhecido. Na atualidade, os artistas têm gerado métodos de trabalho que atravessam assuntos e suportes. A sua “voz” é reconhecida pela forma de endereçar questões, formando um corpo de trabalhos muitas vezes heterogêneo.

A formação do artista

12,8% têm doutorado

47% fizeram especialização ou mestrado

35% completaram a graduação

5,13% estudaram até o ensino fundamental ou ensino médio.

As 5 áreas de formação mais citadas foram

Artes Visuais
Arquitetura
Design
Cinema/Audiovisual
Publicidade e Propaganda

Fonte pesquisa própria

ACADEMIA X MERCADO

ESCOLAS DE ARTE ainda são a principal forma de acesso à educação artística, seja em universidades ou em espaços de formação não acadêmicos. Além da indicação de uma bibliografia selecionada, da sistematização de uma literatura específica, de assuntos, de métodos e de práticas, esses ambientes são espaços de socialização e de debate, e também de criação de redes de troca e de trabalho.

No exterior, a universidade é praticamente o único portão de entrada no mundo da arte. Mestrados e doutorados para artistas têm se tornado algo cada vez mais comum nos mais variados pontos.

As universidades brasileiras muitas vezes tratam a pesquisa de arte com regras e expectativas semelhantes às das ciências humanas, não reconhecendo as formas próprias de fomento e de mensuração de aprendizado das artes. Exemplo disso é a exigência de uma monografia teórica como requisito para a obtenção de grau de mestre ou doutor.

As universidades públicas exigem titulação acadêmica para o ensino artístico superior, o que leva a duas situações: muitos artistas se veem obrigados a fazer cursos de pós-graduação para lecionar e, no corpo docente, muitas vezes faltam professores com trajetórias artísticas de peso ou trabalhos de influência no meio artístico, embora possam ser bons orientadores na construção da poética pessoal dos alunos.

De todo modo, apenas o curso de formação não garante inserção profissional certa. O mercado de arte tem uma forma de atuação peculiar, que se baseia menos em títulos acadêmicos e mais no percurso de participações em mostras e projetos.

→ FICA A DICA

NA UNIVERSIDADE...

- Vá além da aula: **leia os livros** teóricos e as publicações especializadas da área.
- **Participe** de palestras, debates, seminários e workshops.
- Visite **exposições** em instituições e espaços alternativos.
- Exponha-se ao maior número de informações possível para **ganhar fluência na linguagem artística**, compreender as regras do sistema da arte, situar-se e compreender a qual grupo você deseja pertencer, já que são vários os segmentos da arte.

NA PRÁTICA...

- **Visite ateliês** de artistas mais experientes e inspiradores.
- Trabalhe como **assistente de um artista** já consolidado e que seja generoso e aberto. A oportunidade pode servir de grande escola, pois a troca intergeracional é profícua.
- Invista tempo na escolha e na **experimentação de materiais**, na discussão com colegas e críticos sobre o seu processo de trabalho e

o resultado da materialização para desenvolver a conceituação.

- Use a internet para acompanhar eventos artísticos e o trabalho de agentes do mundo da arte, pesquisar instituições e oportunidades, baixar textos e entrar em contato com profissionais envolvidos em projetos interessantes.

SABER PESQUISAR E FILTRAR conteúdos – em suma, fazer uma curadoria das informações – é uma tarefa primordial para todos. Mas um artista em formação também deve estar presente nas redes sociais.

2. Relação entre o artista e a obra

Obras seriadas,
edições e múltiplos

O QUE É?

As obras seriadas são aquelas que não foram pensadas de forma individual, e sim como **parte de um grupo** – o adjetivo vem do verbo “seriar”, que significa dispor em série (agrupar) ou fazer uma classificação de algo (classificar). Esse é um trabalho idealizado dentro de um conjunto de regras que determinam a sua composição ou uma série de composições.

QUEM FAZ?

Vários artistas apresentam obras em série, principalmente **fotógrafos e gravadores**, mas existem séries em quase todos os suportes, não apenas em fotografia e gravura. Além de fazer parte de uma série, individualmente as obras podem ter edições ou múltiplos. Isso se aplica mais a obras reproduzíveis, que são elaboradas com técnicas que permitem a reprodução, como gravura, fotografia e escultura. Suportes como desenhos e pinturas, por exemplo, podem fazer parte de uma série, mas são obras únicas.

O QUE É UMA EDIÇÃO?

É uma série de impressões ou impressões idênticas feitas a partir de uma mesma superfície ou matriz. O termo pode ser aplicado a séries de mídias diversas, como escultura, fotografia e vídeo.

Nesse caso, cada unidade recebe uma numeração. Cabe ao artista definir, de partida, o número máximo de edições de cada obra, bem como a quantidade de provas que ela terá.

O artista deve ficar com pelo menos uma cópia para si para que tenha sempre uma disponível caso precise exibir, já que emprestar obras de colecionadores é um processo mais complicado. A última prova, no mundo ideal, nunca é vendida e permanece para sempre com o artista.

AS PROVAS, OU REPRODUÇÕES especiais, distinguidas das demais, são definidas conforme as siglas abaixo:

- **PE (PROVA DE ESTADO):** são o registro da criação, o passo a passo da colocação de cores.
- **PA (PROVA DO ARTISTA):** pode ter até 10% do número original da tiragem (por exemplo: uma tiragem de 100 cópias pode ter até 10 PAs), e existe para que o artista possa conservar pelo menos uma cópia de suas edições para si (para, por exemplo, expor caso a edição seja totalmente vendida).
- **PI (PROVA DO IMPRESSOR):** é comum quando não é o artista que imprime o trabalho.
- **HC (HORS COMMERCE):** são as cópias não comercializáveis, doadas e que não podem ser vendidas.
- **HS OU F/N (HORS SÉRIE OU FORA DE NUMERAÇÃO):** são reproduções sem tiragem, podem até ser únicas. Nesse caso, a precificação segue a mesma lógica da precificação de uma obra única.

O PREÇO MUDA?

Cada edição costuma ter o **mesmo valor das demais**, mas, quando a edição se esgota e as provas começam a ser vendidas, é normal que o valor das provas aumente, seguindo as mesmas regras de valorização de mercado – quanto mais raro, mais caro. O número de edições, bem como a quantidade de provas, causa impacto no valor da obra. Obras com edições amplas como dezenas ou centenas de múltiplos, ou mesmo edição aberta, tendem a ter valor unitário menor. Falaremos sobre isso no capítulo de **formação de preço**. O artista pode pedir uma tiragem a mais do trabalho para seu arquivo, exposição, ou mesmo para presentear. Essa tiragem vai ter o mesmo valor das demais.



ATENÇÃO!

Se o responsável pela impressão fizer cópias por conta própria, sem consentimento do artista, essas cópias serão consideradas uma **fraude**, comprovada pela ausência da assinatura do autor. Por isso é importante ter controle do que é impresso. Caso uma segunda tiragem seja feita, a pedido do artista, depois da primeira, deve-se colocar um B ou II após a numeração, para informar que aquela é uma cópia da segunda tiragem. Esta é uma questão ética fundamental.

Obras comissionadas

COMISSONAR É O ATO de encomendar a criação de uma obra. Nesse caso, o artista recebe apoio financeiro para criar e produzir o trabalho, para que ele seja exibido ou doado. Particulares, empresas e até governos podem comissionar obras de arte, numa relação que muitas vezes possui características de patrocínio. Obras públicas podem ser encomendadas por benfeitores que desejam doar arte para uma cidade.

Trabalhar em uma comissão não é o mesmo que fazer uma obra no ateliê sem nenhum tipo de influência externa. Uma comissão implica um relacionamento e um **compromisso**,

um objetivo a se cumprir dentro de um cronograma e de um orçamento, a partir dos pedidos feitos pela parte solicitante. Se o artista acha complicado aceitar qualquer tipo de interferência no seu trabalho, deve pensar duas vezes antes de aceitar uma comissão.

Mesmo que as partes sejam conhecidas, é aconselhável que essa relação seja regida por algum tipo de contrato ou acordo – leia mais sobre isso no **Capítulo C – Operacionalização**. Em linhas gerais, o documento deve abordar pontos relevantes, como descrição da obra e suas características, cronograma de pagamento, adiantamento de valores para produção, tempo de conclusão etc.

É bom envolver quem comissiona a obra no processo e **apresentar as ideias**, ou mesmo alguns estágios do processo de criação da obra (duas visitas durante o processo devem servir) para garantir que todos estão alinhados e que o resultado final será do agrado de todos os envolvidos.

Site-specific

TERMO EM INGLÊS que pode ser traduzido como sítio específico ou **arte-ambiente**. Surge entre as décadas de 1960 e 70, quando começa a ser usado para designar toda e qualquer obra criada em diálogo, em linha com elementos culturais, arquitetônicos, históricos e humanos informados pelo local onde será instalada. São trabalhos elaborados – assim como obras comissionadas e arte pública – para estar em um local determinado, normalmente fora dos espaços tradicionais da arte.

Segundo a curadora Rosalind Krauss, as intervenções na paisagem (*land art*) são o primeiro momento do *site-specific* e seu deslocamento para o espaço expositivo do museu, o segundo. Essas obras estão sempre ligadas ao ambiente. **Transformam e integram o espaço** onde estão, seja uma galeria, museu, um espaço aberto natural ou urbano e modificam, de forma permanente ou temporária, o que está ao redor.

Projetos

COMO O NOME indica, trata-se do desejo ou da intenção de realizar algo no futuro. Um projeto é um **plano**. Para que uma ideia vire um projeto, ela deve ser descrita em detalhes, com imagens, textos e outras informações que permitam que qualquer pessoa que tenha acesso entenda o propósito do projeto e o produto final que pode sair dali.

Projetos têm função importante. Além de organizar e ajudar a desenvolver ideias, são, por exemplo, as propostas que o artista faz para participar de um **edital**, prêmio, bolsa, até mesmo de uma residência; ou quando é convidado por um curador, instituição ou galeria para uma exposição.

Projetos são necessários também para a **captação de recursos**, seja para uma obra específica ou mesmo uma exposição, então é imprescindível que o artista seja capaz de fazer um bom projeto.

Um bom projeto começa na leitura detalhada da solicitação – do edital, por exemplo – para garantir que aquilo que vai propor está alinhado com as suas demandas. Depois, segue com a estruturação em diversas partes: contém não apenas a ideia da obra, mas outros dados que se referem ao projeto, como o objetivo do artista, um descritivo do que será criado, instruções para a montagem, lista de materiais necessários, orçamento, descrição do pessoal necessário para realizar o projeto, cronograma.

Livro de artista

TRATA-SE DE UMA obra de arte que se baseia no formato e na função do livro, e também pode extrapolar esta configuração. O termo se refere principalmente a um **suporte de experimentação artística** que pode envolver objetos, materiais e processos distintos e que desafia as convenções do que deve ser uma obra de arte ou mesmo um livro. O livro de artista pode ser uma obra única ou ter uma seriação estabelecida pelo artista.

Formas de catalogação

NÃO EXISTE PADRÃO definido para a catalogação de obras de arte, mas algumas diretrizes são observadas por todos os que trabalham na área.

Algumas sugestões para facilitar a relação do artista com as plataformas e agentes do mercado:

- **MUSEUS E INSTITUIÇÕES** são mais **minuciosos** na forma de coletar informações, incluindo a proveniência da obra, seu “currículo” ou as exposições de que já participou, se já houve restauro, como foi feito e por quem, para citar apenas alguns pontos, além das informações básicas sobre a obra como título, ano e descrição dos materiais e suportes.

- **ARTISTAS E GALERIAS** muitas vezes não fazem a catalogação de obras inéditas com grande nível de **detalhamento**, até porque não há histórico para anotar. Mas, mesmo assim, é recomendado ter atenção. Talvez pelo volume de trabalho, pela falta de tempo ou de profissionais especializados, muitas vezes as informações não são corretamente cadastradas nas galerias.

- **O ARTISTA DEVE** prestar atenção à catalogação e enviar as informações para a galeria ou garantir que a galeria as anote corretamente quando a obra for enviada. Checar o que está escrito no **documento de consignação**, quando não é o artista que a elabora, é uma maneira de descobrir e corrigir esses erros.

- **É BEM COMUM** que as galerias utilizem um **sistema para gestão** e organização dos acervos. A maioria dos sistemas disponíveis no mercado tem funções muito parecidas e capacidade de armazenar praticamente os mesmos tipos de informação. É recomendável que o artista contrate ou instale um desses sistemas que permitem controlar sua produção

independentemente da iniciativa da galeria. Aconselha-se a precaução, pois os históricos salvos estão sempre suscetíveis a perda, por motivos diversos, sejam os artistas representados ou não por galerias.

O sistema de catalogação de obras é **parte fundamental da gestão de carreira** do artista e é de sua inteira responsabilidade. Catalogar a produção garante a organização do trabalho e facilita uma série de outras ações de gestão das obras que são seus desdobramentos, como consultas futuras, criação de lógica de precificação, gestão de contatos, atualização de currículo, elaboração de portfólio e projetos etc.

COMO ORGANIZAR AS INFORMAÇÕES

UMA DAS VANTAGENS da organização é ter agilidade para responder a demandas externas com assertividade e não perder oportunidades. Se o artista já visitou alguma feira, deve ter reparado como os galeristas são focados e mandam informações com rapidez para os colecionadores, pois quem é mais eficiente tem mais chance de venda. Essa é uma prática que artistas podem adotar quando cuidam de vender as obras ou quando precisam informar a um curador a localização e o currículo de um determinado trabalho, por exemplo.

Se o artista mantiver um registro atualizado das obras na medida em que elas forem produzidas, verá que não é difícil. Mas, se deixar acumular, pode ser complicado. Uma vez que esses arquivos estiverem prontos, é simples acessá-los e encontrar as informações desejadas, inclusive a localização dos trabalhos, dentro e fora do ateliê. Também será fácil gerar uma lista de obras à venda, caso alguém solicite.

Softwares e programas com essa finalidade podem ser comprados ou assinados, com o pagamento de uma mensalidade. Também existem apli-

cativos gratuitos disponíveis na internet. No Brasil, existem programas de catalogação e gestão de informações de obras de arte que propõem reunir todas as informações num só lugar, facilitando o compartilhamento – imagens em alta, informações da obra e de montagem, histórico, localização, preço etc.

Se decidir usar o Excel para a catalogação, o arquivo pode ter filtros para facilitar a busca. Caso opte por organizar as informações em planilhas, cada informação descrita nos itens abaixo pode se dispor, por exemplo, em colunas, enquanto cada obra compõe uma linha.

RECEITA PARA UM ARQUIVO EFICIENTE

- Unidade para garantir a **padronização** dos dados
- **Atualização** frequente
- Facilidade de **manuseio**, consulta e manutenção

COMO CATALOGAR A SUA OBRA

As 5 informações que não podem faltar na organização

1 - OBRA

- **AUTOR:** nome do artista
- **TÍTULO:** se a obra não tem título, escreva “Sem título”
- **TÍTULO DA SÉRIE:** quando se aplica – da série “_____”
- **ANO:** a data em que foi finalizada. Caso se trate de uma reedição, recomenda-se acrescentar a data de criação ao lado da data da última reedição [exemplo: 1974/2018]
- **TÉCNICA:** meios e materiais usados na produção da obra, incluindo o seu suporte
- **DIMENSÕES:** deve-se começar sempre pela altura, seguida pela largura e profundidade. Se a obra for um díptico, tríptico ou políptico, as medidas são tiradas e anotadas uma a uma, mesmo que os tamanhos sejam diferentes

EXEMPLO: 40 cm x 30 cm cada – díptico = 30 cm x 30cm, 40 cm x 30 cm - díptico]

- **NÚMERO DE EDIÇÃO:** quando for o caso, incluindo a quantidade de provas de artista (PA) ou de exibição

EXEMPLO: Ed. 15/100 + 2 PA]

- **NÚMERO DE INVENTÁRIO:** forma de indexar as informações referentes à obra (do ponto de vista organizacional, contábil e jurídico). É um número sequencial e único para facilitar a identificação, especialmente útil para quando o artista não dá títulos específicos às obras

2 - GASTOS E VALOR

Quantias despendidas na obra, incluindo impressão, montagem e moldura, quando for o caso.

3 - CONSIGNAÇÃO

Para quem consignou, é preciso informar o contato, quando começa e quando termina a consignação.

4 - VENDA

Registro de quem vendeu, quando vendeu, para quem e por quanto.

5 - CURRÍCULO

Participação da obra em eventos (exposições, feiras, bienais) e premiações (editais, prêmios etc.)

→ FICA A DICA

Mantenha o arquivo preenchido e atualizado e separe as imagens em pastas por ano, nomeando-as de acordo com o número do inventário, com imagens salvas em alta e baixa resolução, de preferência em pastas separadas.

Ficha técnica

SE A CATALOGAÇÃO da obra for feita de forma correta, é muito simples elaborar uma ficha técnica, que é um resumo das informações relativas a uma obra. Elas são muito úteis no desenvolvimento de **portfólios**, listas de obras para exposições ou venda, catálogos e publicações.

Também são usadas em **consig-**

nações, nas apólices de **seguro**, nos **documentos** emitidos por órgãos públicos, como o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan) e nos documentos para **exportação**, entre outros. Então, precisam ser feitas da forma correta.

Essa mesma regra deve ser aplicada nas obras bidimensionais (pinturas, desenhos, fotografias, gravuras e edições) e nas tridimensionais (esculturas, objetos, instalações).

COMO PREENCHER UMA FICHA TÉCNICA

- **AUTOR:** nome do artista
- **TÍTULO:** se a obra não tem título, escreva “Sem título”
- **TÍTULO DA SÉRIE:** quando se aplica – da série “_____”
- **ANO:** data em que foi finalizada. Caso se trate de uma reedição, a data de criação e a data da última reedição são mencionadas lado a lado [exemplo: 1974/2018]
- **TÉCNICA:** técnica e materiais usados na produção da obra, incluindo o suporte
- **DIMENSÕES:** comece sempre pela altura, depois largura e profundidade. Se a obra for um díptico, tríptico ou políptico, deve-se tirar e anotar as medidas uma a uma, mesmo que os tamanhos sejam diferentes

EXEMPLO: 40 cm x 30 cm cada – díptico = 30 cm x 30cm, 40 cm x 30 cm - díptico]

- **NÚMERO DE EDIÇÃO:** a depender do caso, incluindo a quantidade de provas de artista (PA) ou de exibição

EXEMPLO: Ed. 15/100 + 2 PA]

ALÉM DESSAS INFORMAÇÕES, outras podem ser inseridas, tais como:

- Códigos
- Dados da galeria
 - Números de inventário
 - Valor da obra

→ FICA A DICA

Evite informações vagas como “Técnica mista”, “Sem data” e “Dimensões variadas”. Toda obra da qual se conhecem as medidas, a técnica e as datas deve estar acompanhada de tais informações.

Registro fotográfico

COM A OBRA PRONTA e a ficha técnica preenchida, o próximo passo é fazer o registro fotográfico. Contar com serviços de um fotógrafo profissional que capte da melhor forma os aspectos plásticos da obra é o ideal. Se não for possível, o artista pode fazer seus próprios registros. Dessa forma, registra-se a obra e **garante-se o arquivo de imagens** no futuro. Pode ser complicado no início, mas com a prática a tarefa fica automatizada. É muito importante ter imagens de qualidade da sua obra para múltiplas finalidades.

PASSO A PASSO PARA FAZER O REGISTRO FOTOGRÁFICO

1 - ESCOLHA DO EQUIPAMENTO

CÂMERA IDEAL

Se usar uma câmera com lentes intercambiáveis, escolha uma **objetiva** com **distância focal** igual ou superior a **50 mm** para evitar a distorção causada pela construção ótica das lentes.

CÂMERAS DIGITAIS COMPACTAS

Quem usa um modelo que não permite a troca de lentes pode melhorar a qualidade da imagem com um pouco de zoom. Os melhores resultados são obtidos usando um **zoom médio** (evite o mínimo e o máximo zoom). Recomenda-se **limpar regularmente a lente**, com a ajuda de um pano adequado para garantir que nenhuma poeira interfira no resultado final.

TRIPÉ

Garante a qualidade da imagem. Caso não possua, uma **superfície plana e nivelada** pode servir de apoio para

que a câmera fique imóvel e tenha precisão.

TEMPORIZADOR

É um bom recurso **contra foto tremida**, pois cria um intervalo entre a pressão do botão e o momento de produção da imagem, evitando qualquer movimento indesejado.

2 – TIPO DE OBRA

SUPORTES TRADICIONAIS

No caso de pintura, desenho e escultura, o ponto de observação pode ser único e **frontal**.

OBRA BIDIMENSIONAL

A melhor forma de fotografar é **pendurá-la** ou **apoiá-la** em uma parede. Se a obra em questão é uma pintura, ou está emoldurada, isso pode ser mais fácil. Mas, se o trabalho estiver em outro suporte ou sem moldura, deve-se fixá-lo com algo que permita pendurá-lo ou apoiá-lo verticalmente. Pins ou mesmo alfinetes podem ajudar a manter uma obra em posição para fotografia.

INSTALAÇÃO OU ESCULTURA

Pedem fundo simples e claro. É bom que o trabalho seja o único objeto na fotografia. Não é complicado fazer um **fundo infinito**: um tecido branco ou mesmo cartolinas, quando o trabalho é pequeno, cumprem a função. Neste caso, a participação das **sombras** contribui para informar dados como profundidade e para evidenciar a escala, o formato, os materiais e o contorno da obra.

OBRAS COM VIDRO

Para evitar o reflexo no vidro, a solução mais simples é encontrar um tecido preto grande o suficiente para cobrir quem fotografa, o tripé e a máquina. Faça um furo no meio do pano e passe a lente por ele. O preto vai absorver a luz que incide por trás, evitando o reflexo.

INSTALAÇÕES E PERFORMANCES

É preciso ter diferentes pontos de ob-

servação, que influenciam o modo como o trabalho será visto. Nesses casos em que uma só imagem não captura o todo, é recomendado estudar as melhores opções. É bom pensar um pouco a respeito, quando for o caso, e definir com calma a melhor maneira de fazer os registros.

3 – COMO FOTOGRAFAR

SEM DISTORÇÃO

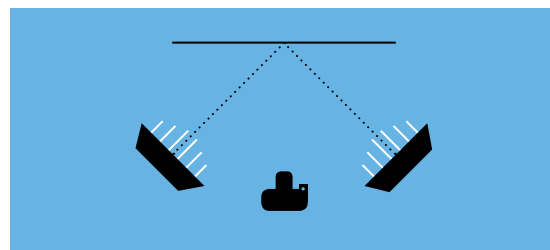
Para evitar a distorção, a **câmera deve ficar paralela** à obra que vai ser fotografada e **centralizada** em relação a ela, tanto na altura como na largura. Se a obra estiver pendurada na parede, a câmera deverá estar paralela à parede. Se a obra estiver apoiada em ângulo, a câmera deverá ser posicionada no mesmo ângulo de inclinação. Além disso, a câmera deve ser posta em uma distância que garanta que a obra fique toda no quadro.

RESOLUÇÃO

Maximize a resolução: tente deixar apenas um pequeno espaço ao redor das bordas do trabalho quando estiver preparando o enquadramento. A câmera deve ser colocada na horizontal ou na vertical, de acordo com a forma do trabalho.

ILUMINAÇÃO

Se usar **luz artificial**, prefira lâmpadas que emitem uma **luz difusa e branca**. Podem ser apenas duas fontes de luz de mesma potência e intensidade, colocadas em um ângulo de 45° em relação à obra, para iluminar de forma equilibrada, homogênea, sem criar sombras nem brilhos. Evite luz dura e direta, pois isso pode causar sombras e reflexos.



LUZ NATURAL

É uma boa alternativa na falta de luz artificial. O local pode ser próximo a uma janela grande, com boa entrada de luz. O ideal é que a janela tenha uma cortina branca fina ou que o dia esteja **nublado** para que a luz seja difusa. A obra deve ser posicionada de frente para a janela, tomando cuidado para que a sombra do fotógrafo não se projete sobre a obra.

SEM LUZ

Se usar luz natural em ambiente interno, não se deve esquecer de desligar as luzes para não produzir uma mistura de luzes de cores diferentes (a luz natural e as luzes artificiais internas).

AO AR LIVRE

Uma obra também pode ser fotografada em lugar aberto, quando há possibilidade. O ideal é posicionar a obra de modo a evitar a incidência direta do sol sobre ela – para evitar brilhos e sombras.

SEM FLASH

Em todos os casos, o *flash* da câmera deve estar desligado para não haver nenhum reflexo na obra. Se o artista não souber como fazer isso, é preciso consultar o manual da câmera.

BALANÇO DE BRANCO

Seja qual for a luz que usamos para fazer a fotografia, ela pode ter muitos tons diferentes, e a câmera pode ter problemas em adaptar-se a eles. Para isso, existe um controle chamado “balanço de branco”. Devemos ajustar para que a imagem reproduzida fique o mais próximo possível do que os olhos veem. É preciso utilizar a configuração apropriada ao tipo de luz que está usando.

Se usar luzes artificiais, o branco deve ser regulado com a fonte de luz. Para tanto, é preciso consultar a temperatura de cor ideal. Pode-se usar também uma tabela de cores próxima ao objeto a ser fotografado e fazer o ajuste do balanço de branco depois, em *softwares* de edição de imagens. Para tanto, é necessário selecionar o formato raw (CR2 ou NEFF) na câmera antes de fotografar.

ISO

Use sempre um valor de ISO baixo.

COR E CLAREZA

Depois dos primeiros cliques, cheque se a imagem está clara ou escura e, se necessário, deve-se utilizar o recurso de compensação de exposição da própria câmera para corrigir o problema. É melhor fazer essas correções na câmera do que num editor de imagem.

A cor e o brilho da foto devem estar o mais próximo possível do trabalho original. Só depois deve-se fazer ajustes no computador. Muitas correções no arquivo digital ameaçam a **fidelidade** da imagem, que perde as referências do objeto original. Por isso, ajuste a câmera da melhor forma possível na hora da foto.

OLHO NO FOCO

Como pode haver algum movimento na hora de bater a foto, ou mesmo uma falha no foco automático, é recomendável tirar várias fotos do mesmo ângulo, mesmo que, aparentemente, a primeira tenha saído boa. O cuidado extra pode dar menos trabalho do que ter que remontar a cena, mais tarde, para refazer uma única imagem. Também por este motivo, recomenda-se não desmontar a cena até aprovar o resultado no computador.

4 - EDIÇÃO DE IMAGENS

EXISTEM BOAS OPÇÕES de programas gratuitos de edição de imagem, como Gimp para Linux, Picassa para Windows e iPhoto para Mac.

EDIÇÃO PASSO A PASSO

- **BAIXE TODAS AS FOTOS** no computador e selecione as melhores.
- **COM O SOFTWARE DE EDIÇÃO**, selecione a ferramenta de corte de imagem e a aplique para que apenas o trabalho seja visível, não o plano de fundo; cheque se não há bordas visíveis (se for uma escultura, o fundo pode aparecer, só garanta que a obra esteja bem centralizada).

- **AMPLIE A IMAGEM** até 100% e verifique a foto para checar se não há nada que não esteja no trabalho original.
- **SE PRECISAR**, use a ferramenta de retoque para eliminar pequenas irregularidades.
- **AUMENTAR UM POUCO** o contraste pode fazer com que a fotografia pareça mais viva, mas cuidado para não exagerar.
- **SALVE EM FORMATO** jpeg ou tiff, no HD do computador e HD externo (mantenha sempre um back-up atualizado dos seus arquivos).
- **NOMEIE A IMAGEM** com seu respectivo número de inventário.
- **CERTIFIQUE-SE DE QUE**, ao salvar, a imagem está na mais alta qualidade.
- **FAÇA UMA PASTA ESPELHADA** das mesmas imagens com baixa qualidade, para facilitar trocas de arquivos pela internet e celular.

EXEMPLO

File.imagens

- **alta resolução**
 .0001_St_2018_Alta.jpg
- **baixa resolução**
 .0001_St_2018_Baixa.jpg

5 – IMPRESSÃO DAS FOTOS

OUTRO FATOR QUE REQUER cuidado na apresentação do trabalho é o acompanhamento da impressão das imagens das obras. A produção das fotos deve, na medida do possível e a depender do fim (portfólio impresso, inscrição em edital etc.), ser feita em laboratório especializado, em papel adequado e acompanhada pelo artista para a garantia da fidelidade das cores.

REGISTRO PROFISSIONAL, POR FOTÓGRAFO

MUITOS ARTISTAS E GALERIAS contratam fotógrafos para fazer um registro profissional da obra do artista, seja pintura, desenho, escultura, performance etc. É uma forma de ter uma imagem de qualidade assegurada para a divulgação do artista e do seu acervo em

todos os meios de **divulgação**, para arquivo e controle, e também para inclusão em catálogos, livros, revistas, sites, mídias digitais.

Faça um contrato Questões jurídicas relevantes ao recrutar um fotógrafo

- O fotógrafo, ainda que contratado para fazer um trabalho específico (no caso, o registro de uma obra), tem direito patrimonial e moral sobre a fotografia produzida, uma vez que imprime o seu olhar pessoal no registro. Por isso é indispensável formalizar contrato com o artista para a **transferência dos direitos patrimoniais** de autor, em caráter definitivo, irrevogável e irretroatável para ele, permitindo assim que o artista use as imagens conforme o seu critério.
- Outro documento importante é o termo escrito para cessão definitiva ou **licença definitiva dos direitos autorais patrimoniais** do fotógrafo. A cessão é a transferência total da titularidade dos direitos e a licença, uma transferência limitada.
- Os **direitos morais são intransferíveis**, por isso o artista deve garantir o crédito das imagens para o fotógrafo sempre que as publicar, a não ser que haja acordo expresso e por escrito entre o fotógrafo e o artista em que o fotógrafo opte pelo anonimato.
- Em alguns casos, o artista faz acordo com o fotógrafo, no qual não paga pelos serviços de registro, mas garante ao fotógrafo o **pagamento a cada uso** de uma imagem por terceiros. Neste caso, há entre o artista e o fotógrafo um contrato estabelecendo as condições para uso e preço das imagens.

PERFORMANCE ARTÍSTICA

O registro fotográfico de performance artística merece especial atenção em sua contratação. Existem **dois direitos distintos** garantidos quando tratamos desse assunto: o direito do artista (que,

ao criar e realizar uma performance, torna-se autor da performance) e o direito do fotógrafo (que, ao registrar a obra performática, imprime seu olhar no ato fotográfico, fazendo com que ele seja o autor da foto). Assim, a cada um dos autores pertencem os **direitos autorais patrimoniais e morais** sobre a obra que criou – performance ou foto.

Quando faz um **registro espontâneo** da obra de um terceiro – no caso aqui tratado, um ato performático –, o fotógrafo expressa seu olhar único sobre a performance e, por essa razão, torna-se o autor da fotografia criada e o titular dos seus **direitos morais e patrimoniais**. O fato de o fotógrafo ser o autor da foto não exclui, porém, a obrigação de solicitar ao artista, autor da obra, **autorização para reproduzir a imagem**. Muito menos a de obter autorização dos fotografados – todos os que, por ventura, tenham participado da performance e apareçam na imagem.

Noções básicas de conservação, restauro e armazenagem

A **PRODUÇÃO DE OBRAS**, por si só, já demanda investimento em material e tempo. Por isso problemas gerados por armazenagem inadequada são, sem dúvida, um **prejuízo**. Alguns são simples de resolver, outros pedem um restaurador e, nos casos mais graves, o dano é irreversível.

Não são poucos os riscos. Obras de arte em países de **clima quente e úmido**, como o Brasil, estão sujeitas a todo tipo de agressão: temperaturas altas e oscilantes, umidade elevada do ar, infestações por insetos e roedores e ataques microbiológicos, para citar apenas as mais comuns.

As obras também sofrem com a **poluição**, com a **maresia** nas cidades do litoral, e com acidentes como **vazamentos** de água ou fogo. Se para colecionadores, galerias e instituições, que dispõem de recursos, a manutenção e a armazenagem são um desafio, o assunto é ainda mais desafiador para o artista.

COMO CUIDAR DO SEU ACERVO

1 - PREPARE O AMBIENTE

Para manter sua integridade, as obras devem ser armazenadas em um local:

- Limpo
- Seco
- Com boa ventilação
- Protegido da luz
- Sem infestação por insetos
- Sem mofo

ERROS COMUNS

- Superlotação
- Empilhamento de obras
- Embalagens de baixa qualidade
- Falta de limpeza e de manuseio adequado

DICAS DE ARMAZENAGEM

CUIDADO COM A MADEIRA

Se o local escolhido tiver piso de madeira, vale a pena comprar pallets de plástico para apoiar obras maiores, ou um tipo de calço que evite o contato com o chão. Cuidado com pallets de madeira: eles também podem trazer insetos e infestações.

PREFIRA A ESTANTE DE METAL

Elas são baratas e boas alternativas para armazenar livros, objetos, esculturas e obras menores, além de arquivos suspensos com papéis e caixas diversas. E são de fácil limpeza.

→ FICA A DICA

Uma **mapoteca** também é um bom investimento para quem tem papéis ou fotografias para armazenar. Outra peça de mobiliário útil, especialmente para trabalhos bidimensionais, é o **teleiro**.

MANTENHA DISTÂNCIA DA PAREDE

As estantes que guardam livros, obras e outros materiais devem estar afastadas pelo menos 7 cm das paredes para garantir uma boa circulação de ar.

FAÇA A LIMPEZA

Para reduzir a poeira e a sujeira que

se acumulam sobre embalagens, nos livros e prateleiras, os locais de armazenagem devem ser aspirados periodicamente. Não é indicado o uso de vassoura ou espanador, pois ambos só levantam o pó, que vai se acumular novamente no ambiente.

O piso pode ser lavado de tempos em tempos. O mesmo vale para as prateleiras e estantes: podem ser lavadas com sabão suave. Se o local tem carpete, deve ser aspirado sempre que possível. Nas prateleiras, o melhor é usar uma flanela magnética, que atrai e segura a poeira com uma carga eletrostática. Existe também um tipo de flanela quimicamente tratada para segurar a poeira.

E O DESUMIDIFICADOR?

O desumidificador de ar e o aparelho de ar condicionado servem para manter a temperatura constante e o ar seco. É bom lembrar de fazer sempre manutenção para prevenir vazamento. A instalação elétrica tem que estar em ordem para evitar incêndio. Quem não tem esses equipamentos precisa criar uma rotina de limpeza e verificação das obras e do espaço de armazenagem para evitar a deterioração.

2 - EMBALE BEM AS OBRAS

AMAIORIADAS CASAS especializadas em suprimentos para artistas possui materiais **próprios para guarda** e embalagem, muitas vezes vendidos pela internet. Vale a pena investir em bons materiais.

Esses materiais devem ter **qualidade**, estabilidade (inalterável em condições ambientes normais), compatibilidade, durabilidade, acessibilidade e custo.

É bom **verificar ao menos uma vez por ano** os materiais de acondicionamento e trocá-los se houver necessidade, porque, com o passar do tempo, os materiais de acondicionamento podem estar contaminados ou ter perdido a estabilidade.

TIPOS DE MATERIAL

PAPEL FILIFOLD DOCUMENTA

• **O QUE É:** Papel especial de cor de palha, livre de ácido e pH neutro, fabricado com reserva alcalina e de carbonato de cálcio, que garante proteção contra ácidos presentes no ar poluído, não alterando o que embala. É vendido em três gramaturas e formatos diferentes. Possui 30% de fibras longas na sua composição, que garantem alta resistência a dobras e vincos.

• **INDICADO PARA:** pastas de proteção e conservação de fotos e documentos e papéis variados.

MYLAR FILME DE POLIÉSTER CRISTAL

• **O QUE É:** é um filme de proteção transparente, livre de ácido e pH neutro, vendido em rolos de 100cm e 130cm e diversas metragens. De alta durabilidade e proteção, é maleável e de fácil manuseio para vincos.

• **INDICADO PARA:** guardar documentos, fotografias, diversas obras em papel, mapas etc.

PORTA-SLIDE E ENVELOPE PLÁSTICO

• **FEITO DE POLIPROPILENO** quimicamente tratado, inerte, livre de ácido e PVC. Deve ser de qualidade arquivística para armazenamento em longo prazo.

• **INDICADO PARA:** guardar fotografias.

PASSE-PARTOUT

• **O QUE É:** cartão de arquivo montado, com composição 100% de fibras de algodão ou linho, e pode ser descrito como de “baixa lignina” ou “sem lignina”. Os melhores, para fins de conservação, são os alcalinos, pois não se tornam ácidos com o envelhecimento. São encontrados em várias cores.

• **INDICADO PARA:** proteção padrão de artefatos de papel.

PAPEL GLASSINE

- **O QUE É:** é um papel livre de ácido e PH neutro, liso, translúcido, branco, que também pode envolver obras de arte, protegendo-as para sua conservação ou traslado.
- **INDICADO PARA:** grande variedade de usos, como intercalar obras de arte em papel, fotografias, documentos, negativos e têxteis. Pode ser usado na fabricação de álbuns.

PAPEL VEGETAL

- **O QUE É:** é um papel livre de ácido e pH neutro, liso, translúcido e branco. Alguns possuem até tratamento contra fungos e bactérias.

PAPEL SILICONADO

- **O QUE É:** papel de gramatura maior. Possui uma face siliconada que não adere à cola ou adesivo.
- **INDICADO PARA:** embalar pinturas a óleo, que demoram a secar.

PLÁSTICO-BOLHA

- **O QUE É:** plástico que protege objetos durante o transporte. O ideal é que não entre em contato direto com as obras. Se for usado para embalar pinturas, garanta que as bolhas fiquem para fora, para não marcar a obra. Em outros países, é fácil encontrar esse material de melhor qualidade, e até com TNT na parte lisa, o que facilita o reuso.
- **INDICADO PARA:** embalar objetos para transporte.

ISOMANTA

- **O QUE É:** material em polietileno expandido, vendido em diferentes espessuras e tamanhos. A vantagem é que, diferente do bolha, que rasga ao desembalar, este pode ser usado várias vezes se os adesivos forem removidos com cuidado e estiver limpo. Mas nunca deve estar em contato direto com as obras.
- **INDICADO PARA:** alternativa ao plástico-bolha contra riscos, umidade, impactos e manchas.

PLÁSTICO DE POLIONDA

- **O QUE É:** tipo de plástico corrugado, resistente à água, umidade, calor e choques. Não permite a formação de mofo ou de corpos estranhos.
- **INDICADO PARA:** fabricar caixas ou arquivos.

PAPELÃO CORRUGADO OU ONDULADO

- **O QUE É:** serve apenas para embalagem externa em caso de transporte e não deve nunca estar em contato direto com as obras.

CAIXAS PARA TRANSPORTE

- **O QUE É:** feitas com madeira e forradas com isopor e espuma, com alças externas para transporte, garantem a integridade das obras, por absorver vibrações externas que poderiam danificá-las. A madeira deve ser tratada antes de utilizada, deve estar seca, livre de ácidos e climatizada, não esquecendo que é necessário ter especial atenção para a presença de adesivos. Podem ser utilizadas várias vezes, se forem mantidas limpas e bem conservadas.

COMO ARMAZENAR

LIVRO

DEVE SER GUARDADO de pé, sem ultrapassar as margens da estante ou prateleira, preenchendo o espaço para evitar inclinação, mas sem apertá-lo para que não se danifique ao ser retirado da estante. Organize livros por tamanho para melhorar o suporte na estante.

Se não for possível preencher as prateleiras, **use bibliocantos** para manter os livros de pé. Eles também podem ser guardados com a lombada para baixo, evitando que folhas se descolem da encadernação por força de seu peso.

LIVRO-OBRA

O IDEAL É QUE esteja embalado em papel alcalino e seja colocado em uma caixa ou luva de proteção feitas de cartolina ou cartão (melhores para livros pequenos), para evitar problema.

OBJETOS E ESCULTURAS

DEVEM SER DEVIDAMENTE embalados e guardados em caixas que podem ficar apoiadas nas estantes. Cuidado com objetos pesados: coloque-os nas partes mais baixas.

→ FICA A DICA

Evite colocar objetos no chão ou em locais de passagem. Se for possível guardar em caixas de madeira, devidamente protegidas, melhor. Caso opte por guardar sem embalagem, garanta apenas que as obras serão checadadas e limpas com frequência.

PAPÉIS

PAPÉIS SOLTOS DEVEM ser separados por tamanho e categoria e armazenados juntos em **envelope** de papel alcalino, já que diferenças de volume e peso criam riscos de danos físicos.

Se estiverem guardados em caixas, os papéis **não devem ser misturados** com livros ou objetos pesados e volumosos, pois isso causa pressão desigual dentro das caixas. É bom lembrar que o ácido migra do papel de qualidade inferior para qualquer papel com o qual esteja em contato direto, então não é bom guardar papéis de qualidade diferentes no mesmo lugar.

É melhor armazenar documentos, folhetos e convites em **pastas** de arquivo alcalinas. Todas as pastas dentro de uma caixa devem ter o mesmo tamanho e se adequar às dimensões da caixa.

As caixas podem ser guardadas em posição vertical ou horizontal. Neste último caso, elas devem ser empilhadas apenas de duas em duas, para facilitar o manuseio. A armazenagem em **posição horizontal** dá melhor apoio aos documentos e evita danos nas margens, enrolamento e dobras.

Para papéis pequenos, até formato A4, uma solução boa e barata é o armazenamento em **pastas suspensas** para escritório, que já possuem caixas para apoio, mas desde que sejam feitas de bom material. Essas caixas são encontradas em qualquer papelaria.

A melhor armazenagem para papéis grandes é a **mapoteca** ou caixas grandes de qualidade. Se forem colocadas várias obras na mesma pasta ou gaveta, sobretudo se forem coloridas, é indicado pôr folhas de papel alcalino entre elas, para evitar que as cores passem de um papel para o outro.

ROLOS

SE NÃO ESTIVEREM quebradiços e frágeis, os materiais de grande formato podem ser enrolados e guardados em **tubos**. Assegure-se de que os materiais estejam em condições de aguentar o enrolamento e o desenrolamento.

Alguns itens precisam ser enrolados individualmente, enquanto outros podem ser enrolados em grupos de quatro a seis de tamanho semelhante, dependendo do número exato e da espessura do papel. Eles devem ser enrolados com a **face para fora** e o rolo deve ser amarrado sem pressão com cadarço de linho, algodão ou poliéster.

O tubo usado na armazenagem deve ser 10 cm mais longo do que o maior item a ser enrolado, com pelo menos 10 cm de diâmetro, ou diâmetros maiores. Os tubos devem ser guardados horizontalmente, já que na posição vertical as bordas podem amassar.

FOTOGRAFIAS

O IDEAL É QUE CADA uma delas tenha a própria **jaqueta**, evitando dano e dando proteção e apoio físico a todas. Papéis e plásticos de boa qualidade são materiais adequados para armazenagem. A vantagem dos invólucros de plástico transparente é que eles permitem ver a imagem sem removê-lo, reduzindo assim a possibilidade de arranhá-la ou raspá-la.

Os **invólucros** de papel devem ser alcalinos e de pH neutro. Os de plástico mais adequados à armazenagem são o poliéster, o polipropileno e o polietileno. Uma vez que as fotografias tenham sido acondicionadas em pastas, invólucros ou envelopes devem ser

armazenados na horizontal, em caixas com tampa articulada. As caixas devem ser acomodadas em prateleiras ou em armários de metal.

Itens de tamanho semelhante devem ser armazenados juntos; a mistura de diferentes tamanhos pode provocar atrito e dano. A melhor armazenagem é a **horizontal**, pois evita danos mecânicos e deformações. Caso não seja possível, elas podem ser armazenadas verticalmente, desde que sejam colocadas em pastas ou envelopes livres de ácido, e estes, por sua vez, acomodados em pastas de arquivo suspensas ou em caixas de armazenagem de documentos.

Atenção extra para as reproduções fotográficas de tamanho **extragrande**, que devem ser cuidadosamente manuseadas e armazenadas, usando-se, quando necessário, invólucros especialmente confeccionados. Em todos os casos, a superlotação deve ser evitada.

PINTURAS

UMA VEZ SECAS e esticadas em chassis, as pinturas devem ser **embaladas** e identificadas para ser guardadas. A embalagem protege contra o acúmulo de pó, sujeira, choques, impactos etc.

Pinturas podem ser embaladas apenas em **papel glassine** ou ter uma camada de plástico-bolha ou isomanta por fora. Depois, podem ser guardadas na posição vertical ou em caixas de madeira. Deve-se evitar apoiar uma pintura na outra, pois isso pode danificá-las. Pinturas pequenas embaladas da mesma forma podem ser colocadas dentro de caixas ou em estantes na posição vertical.

Pinturas muito grandes, com características técnicas que o permitem, podem ser **enroladas**. O rolo onde a obra vai ser guardada deve ter um diâmetro largo (mínimo 25 cm) e o comprimento deve passar o da pintura (mínimo de 15 cm para cada lado). Deve ser previamente isolado com espuma de polietileno de baixa densidade, papel acid-free ou com um pano

de algodão, e a obra deve ser enrolada com a superfície virada para fora.

Finalmente, o rolo deverá ser embalado com **papel glassine** ou folhas de papel de seda para proteger a superfície. Idealmente, o rolo deve ser mantido suspenso em apoios laterais, para evitar que a matéria da pintura seja esmagada, mas ele pode ser guardado, com cuidado, na posição vertical. Dessa maneira também é fácil mover e transportar as obras.

Alguns materiais podem ter **efeitos nocivos** quando entram em contato direto com as fibras têxteis do suporte da pintura. Alguns deles, como o PVC, as fitas adesivas, a madeira e as etiquetas em papel ácido, passam acidez para as fibras. Embalagens feitas de polietileno também não são aconselháveis porque impedem a ventilação dentro da embalagem e facilitam o desenvolvimento de microrganismos. Espuma de poliuretano se degrada, libertando gases que contaminam e provocam ressecamento e manchas nas telas.

ETIQUETAS

UMA DICA QUE FACILITA a vida do artista e reduz a manipulação e a chance de danificar a obra é identificar o exterior da embalagem com uma etiqueta. Na hora de procurar algo, uma etiqueta que contenha a ficha técnica, o número de inventário ou mesmo uma imagem impressa da obra vai ajudar a localizar o objeto com maior rapidez.

MOLDURAS

É BOM CONVERSAR com o moldureiro antes de fazer qualquer serviço e checar a qualidade dos materiais. Chapas de Eucatex nas molduras, muito usadas no passado, são feitas de material extremamente ácido, que deteriora as obras e deve ser evitado. O artista também pode discutir a montagem com o moldureiro, sugerir materiais e procedimentos quando há abertura para isso.

• **COM PASSE-PARTOUT:** nesse tipo de montagem, o cartão da janela e o do fundo devem ter o mesmo tamanho e as duas folhas deverão se encaixar com precisão na moldura. O cartão da janela deve ter espessura suficiente para garantir um espaço com ar entre a proteção transparente e a obra. E, se a obra tiver que ser fixada entre os passe-partouts, o adesivo deve ser especial para isso, com pH neutro, e usado apenas nas pontas superiores, para não colar toda a obra.

• **SEM PASSE-PARTOUT:** montagem comum em obras contemporâneas. A obra deve ser presa, por meio de juntas, a um fundo de cartão que não seja ácido e que esteja emoldurado de maneira que não entre em contato com o vidro ou acrílico da moldura. É essencial deixar espaço para o ar entre a obra e a superfície protetora. Não é bom deixar a obra em contato com vidro. Se for o caso, prefira acrílico.

• **FORRO E VEDAÇÃO:** uma boa moldura deve ser forrada e vedada com pelo menos uma folha de cartão de arquivo por trás do fundo ao qual o objeto está preso, para oferecer proteção adequada. A moldura deve ser profunda o suficiente para acomodar todas as camadas e não deve se projetar para trás do quadro. O ideal é que a camada final de cartão seja encaixada no quadro para que haja espaço entre o cartão e a parede. Ela também deve ser vedada para impedir a entrada de qualquer elemento e estabilizar o interior contra flutuações de temperatura e de umidade. A camada final de cartão pode ser lacrada na moldura com tiras de fita de papel, ou o forro pode ser coberto com papel ou poliéster. Ele deverá ser colado a todas as bordas da moldura com fita tipo dupla face ou adesivo não aquoso.

PARA SABER MAIS

Se quiser se informar mais e se aprofundar no tema da conservação, recomendamos a coleção “Conservação Preventiva em Bibliotecas e Arquivos” (Rio de Janeiro, 2001), composta de 16 arquivos que tratam do assunto em detalhes, incluindo preservação de filmes, fitas magnéticas e material sonoro. Os dados encontram-se nas referências bibliográficas.

Outros documentos

TRANSPORTE DE OBRAS

É UM DOCUMENTO simples, mas valioso porque **controla o ir e vir** das obras para galerias e outros espaços. Esse documento garante que o artista sempre saberá onde estão as obras, em que estado de conservação saíram do ateliê e em qual data. E protege o artista contra possíveis confusões.

Não é raro que obras retornem aos artistas sujas ou danificadas ou que desapareçam. Se o artista não tem nenhum documento que comprove em que estado foram entregues e para onde foram enviadas, não pode fazer muita coisa. Por isso, esse documento deve ser assinado no momento da saída das obras, quando o receptor se declara ciente tanto da chegada da obra como de seu estado de conservação e da data da entrega.

O QUE O DOCUMENTO DEVE CONTER:

- Dados completos de quem envia, incluindo endereço, telefone e e-mail
- Dados completos de quem recebe, incluindo endereço, telefone e e-mail
- Data em que ocorre o transporte
- Lista das obras com imagem, ficha técnica completa e valor, quando necessário
- Um texto que informe o estado de

conservação das obras, que deve ser verificado no momento da entrega e o que se espera que aconteça, caso haja algum problema

- Nome e assinatura de quem envia e de quem recebe


EXEMPLO

“Certifico que as obras saíram do meu ateliê em perfeito estado de conservação [incluindo suas molduras e suportes] e que deverão ser verificadas no momento da entrega antes da assinatura deste documento. Qualquer reclamação posterior à assinatura deste documento não será reconhecida pelo ateliê. Obras danificadas deverão ser restauradas por profissional aprovado pelo ateliê, e devolvidas no mesmo estado de conservação em que foram entregues”.

SEU NOME

Transporte de obra

De:	Para:
Data:	

//_	_/_/_
-------	-------

CERTIFICADO DE AUTENTICIDADE

É O DOCUMENTO que atesta que uma obra é autêntica e foi produzida pelo artista em determinada data. Ele deve obrigatoriamente conter uma imagem da obra, a ficha técnica completa e a assinatura do artista. Não é comum


escrever o valor de venda no certificado, provavelmente porque essa informação já consta na nota fiscal que deve acompanhar a comercialização de cada obra.

Certificados de autenticidade são individuais – cada objeto deve ter o seu. A não ser que seja um díptico, tríptico ou políptico, ou uma instalação. Nesses casos, o conjunto é tratado como obra única.

Abaixo, uma sugestão simplificada de um certificado de autenticidade:

SEUNOME

Certificado de autenticidade



Título de obra, ano
Técnica
Dimensão [a x l x p]
Edição
Série

Certifico que obra descrita acima é autêntica de minha autoria

Nome do artista
Cidade, data, mês, ano

QUANDO EMITIR: o certificado de autenticidade deve ser emitido **após a venda e pagamento** da obra. Não é aconselhado enviar o certificado antes de a obra ser vendida. O ideal é que o próprio artista providencie os certificados, ou pelo menos os assine quando são emitidos por galerias. Há galerias que sempre seguem esse procedimento; outras assinam pelo artista.

Assinar seus certificados pode ser uma ótima maneira de se manter atualizado sobre as vendas. Se o artista não cuida das suas vendas, e se a galeria assina pelo artista, fica complicado acompanhar suas movimentações de acervo e finanças.

Este documento é enviado para o **colecionador arquivar**, pois comprova a procedência da obra. A ideia é que acompanhe a obra em vendas subsequentes, no mercado secundário ou em leilão. Por isso, o artista deve assinar: sua anuência atesta a **autenticidade da obra**.



○ ATENÇÃO!

Mesmo com esse cuidado, não é raro que certificados sejam falsificados. Algumas galerias tomam atitudes para reduzir o risco, como usar papéis com marca d'água e relevo seco sobre a assinatura. Alguns artistas também fazem isso – e não é difícil mandar fazer um carimbo em relevo seco com seu nome para usar nesses documentos. Lojas de encadernação de documentos e teses costumam fazer o carimbo em relevo seco. Qualquer iniciativa para dificultar a adulteração dos documentos é válida.

CASO O ARTISTA CUIDE do processo sozinho, pode montar uma pasta com outras informações, além do certificado e da nota fiscal ou recibo de venda. É bom, demonstra profissionalismo.

OUTROS DOCUMENTOS

Que o artista pode enviar a compradores ou detentores das suas obras:

- CV (currículo) atualizado
- Breve dossiê do seu trabalho (textos relevantes, notas relevantes na imprensa)
- Presença da obra em publicações
- Imagem digital da obra

TUDO ISSO PODE seguir acompanhado de uma carta de agradecimento e breve descrição do material que está enviando. Esta é uma atitude bastante bem-vinda.

3. Apresentação da produção

Elaboração de textos autorais (artists' statements)

HISTORICAMENTE, SER ARTISTA significava também ser **teórico e cientista**, como nos ensina o Renascimento italiano. Mais recentemente, tivemos o exemplo da Arte Moderna, que foi teorizada

e publicizada por artistas em seus manifestos, livros e exposições.

A virada conceitual dos anos 1960 trouxe a **discursividade** ao mesmo tempo em que evidenciou todas as dimensões de uma obra de arte. A questão é que se espera cada vez mais dos artistas uma conceituação do trabalho, tanto por escrito como na fala, e muitos não se sentem confortáveis na tarefa, talvez por dois motivos.

A dificuldade pode ser fruto da separação entre arte e crítica: a crença de que o artista faz a obra e o crítico a resenha. Esses dois textos, porém, são complementares, já que são poucos os artistas que de fato possuem uma dupla inserção profissional como artistas e como críticos.

Outra razão é que a escrita é um exercício que requer empenho e disciplina. Em qualquer campo profissional, escrever de forma clara e objetiva é um desafio. No campo da arte, espera-se que a escrita seja mais elaborada, uma mediação de tópicos profundos e complexos para uma audiência especializada e é aí que pode estar o maior obstáculo, que intimida artistas a escrever. Mas não se espera de um artista uma tese, a não ser que se esteja escrevendo para uma publicação ou uma monografia acadêmica.

5 utilidades do texto autoral

- Esclarece as próprias ideias sobre o seu trabalho.
- Um galerista, curador, pesquisador ou o público pode ter acesso à descrição do seu trabalho com suas próprias palavras.
- É um documento que pode ser usado para se inscrever em projetos e candidaturas diversas de cunho institucional, acadêmico ou comercial.
- Pode ser uma ótima introdução para uma palestra ou aula.
- Pode integrar materiais de comunicação (site, press release, catálogo ou artigo em revista).

POR QUE ESCREVER SOBRE MEU TRABALHO?

Escrever sobre o próprio trabalho é contextualizá-lo em relação à produção artística contemporânea e à árvore genealógica da arte à qual a sua poética pertence. Entretanto, o mais importante é explicitar suas intenções de forma objetiva para que alguém que não o conhece e que não está ao seu lado, para conversar e tirar dúvidas, possa compreender.

Um texto escrito pelo próprio artista sobre o seu trabalho é sempre um material útil para candidatar-se a residências artísticas, prêmios, para compartilhar em seu site, com a sua galeria, espaços de exposição e outras partes interessadas. Escrever sobre a prática é também um exercício de reflexão que pode ser útil para construir um discurso confiante para jornalistas, curadores e galeristas.

COMO ESCREVER

ESPERA-SE QUE O TEXTO de um artista ofereça a sua visão sobre o seu trabalho, interesse e pesquisa e tenha informações sobre a sua prática que apenas imagens de seus trabalhos não dariam conta de fornecer.

O texto autoral do artista pode ter uma página ou simplesmente um parágrafo que antecede a sua minibiografia. A linguagem e o conteúdo do texto dependem da prática e da identidade de cada artista, e é recomendável usar linguagem direta e não acadêmica. É também comum que tais depoimentos incluam tanto conteúdo conceitual e teórico como detalhes práticos do trabalho, como materiais e processos utilizados, além de influências ou o contexto local no qual sua prática vem se desenvolvendo.

Apesar de existirem pessoas com forte inclinação para a escrita, ela pode

ser desenvolvida por qualquer um que se disponha a aprimorar o texto, a começar pela observação das regras gramaticais e da ortografia e pela elaboração de **frases curtas** e concisas.

A construção de vocabulário se dá com a **leitura** de literatura e textos especializados. A fluência na língua passa pela maior familiaridade do indivíduo com o conjunto de regras e possibilidades, mesmo quando se trata da própria língua. Ser exposto aos termos, conceitos, palavras por meio da leitura é algo incontornável.

Antes de começar a redigir o texto, deve-se listar o conteúdo a ser incluído e organizá-lo, formando uma espécie de esqueleto, a **estrutura** do depoimento. Não se deve esquecer que, em teoria, o texto está sendo escrito para alguém que não conhece absolutamente nada sobre o trabalho. Esse leitor não tem conhecimento prévio sobre a prática do artista, por isso recomenda-se dirigir-se a ele da **forma mais clara** possível.

O QUE PODE ENTRAR NO SEU TEXTO

- Motivações do seu trabalho e a sua trajetória
- Sua visão geral do trabalho
- O que espera do seu público e da sua reação
- Como seu trabalho atual está relacionado a produções anteriores
- Pontos de conexão entre seu trabalho e a produção contemporânea atual (local, regional, nacional ou internacional)
- Fontes de inspiração e influências de outros artistas
- Comentários sobre uso de materiais e pesquisa de suportes

Currículo profissional e minibio

COMO FAZER SEU CURRÍCULO

UM CURRÍCULO PROFISSIONAL deve expressar de modo objetivo o **percurso formativo**, a **inserção institucional** e a **rede de contatos** (*network*) do artista.

Ele também pode ser reconfigurado de acordo com o propósito (uma candidatura ou um determinado destinatário). Nesse caso, o artista deve ressaltar aspectos que o favoreçam em cada propósito, deixando de lado informações que não sejam relevantes para a ocasião.

Uma boa ideia é criar e alimentar um documento maior, em que todas as atividades sejam registradas, independentemente do grau de relevância. Desse documento podem derivar outros menores, conforme a demanda e a finalidade.

O QUE COLOCAR NO CURRÍCULO?

INÍCIO DE CARREIRA

Nessa fase não há muitos itens para informar, então é preciso focar na formação (acadêmica ou não). Reúna o maior volume de informações, como exposições coletivas das quais o artista participou na escola de arte ou em outros espaços e projetos desenvolvidos na formação (*workshops* e cursos de que participou; exposições, eventos e publicações etc.).

MATURIDADE PROFISSIONAL

Quando o artista vai adquirindo experiência e inserção institucional, pode passar a selecionar participações em projetos que sejam prestigiosos e significativos para a formação do seu perfil profissional, evidenciando assim a sua filiação a um determinado grupo da arte. Não é recomendável mentir no currículo para que ele fique mais robusto ou atraente, já que atualmente é fácil pesquisar e checar informações.

COMO FORMATAR

Em geral, o currículo é uma listagem cronológica de fatos da vida do artista, ordenados a partir do mais recente. É escrito em tópicos e em terceira pessoa. Para se inspirar, pode-se buscar boas referências em sites de galerias.

SUGESTÃO DE ORGANIZAÇÃO

- Nome, local e ano de nascimento, local onde mora e trabalha.
- Formação (título acadêmico, entidade, local e data). Incluir somente graduação e pós-graduação).
- Exposições individuais (em galerias, museus, centros culturais, espaços autônomos e outras instituições).
- Exposições coletivas (em galerias, museus, centros culturais, espaços autônomos e outras instituições).
- Projetos especiais (intervenções urbanas e outros projetos que sejam diferentes pelo formato ou resultado da produção regular do artista).
- Residências artísticas (entidade, local e data).
- Prêmios, editais e salões (entidade, local e data).
- Publicações sobre o artista (livros coletivos, monografias, artigos em periódicos, catálogos e textos curatoriais).
- Cursos e *workshops* ministrados pelo artista (entidade, local e data).
- Coleções (públicas, privadas e corporativas). No caso das coleções privadas, liste somente aquelas abertas à visita pública e com autorização dos responsáveis.



FICA A DICA

É possível também fundir em uma única listagem as exposições individuais e coletivas, diferenciando na forma de diagramar as que são individuais das coletivas. Uma sugestão é dar destaque em **negrito** aos títulos das exposições individuais. Participações em **feiras não devem fazer parte** dessa seção, já que feiras de arte não são consideradas exposições coletivas e sim plataformas comerciais.

COMO FAZER SUA MINIBIO

OUTRA DEMANDA BASTANTE frequente para sites, editais e **apresentações** no geral é uma minibiografia do artista, ou miníbio.

Esse texto difere do currículo pelo formato e pelo conteúdo. A miníbio é um **texto corrido curto**, de um ou dois parágrafos, que descreve a trajetória do artista em prosa, e não em listagem ou tópicos. Ela não traz todos os fatos da trajetória do artista, mas os principais destaques de sua formação, exposições, publicações etc. Assim como o currículo, a miníbio traz as informações em terceira pessoa. Na prática, é uma versão resumida do currículo.

ESTRUTURA DE UMA MINIBIO

[Nome do artista], [ano de nascimento], [cidade, país de nascimento]. Vive e trabalha em [cidade, país de residência]

[Nome do artista] trabalha com [mídia x], explora/pesquisa [questões y] por meio de [z]. [Detalhes da formação do artista se relevante], [Destaques de exposições solo e coletivas com datas e locais], [Prêmios e outras atividades]

CONSTRUÇÃO DO PORTFÓLIO

O **PORTFÓLIO É**, ao mesmo tempo, o **documento de identidade** e o **cartão de visitas** do artista. Ele condensa em imagens e textos o corpo de trabalho e a trajetória da pesquisa artística, ou seja, apresenta o artista a curadores, críticos, galeristas, colecionadores e jornalistas especializados, já que não existe artista sem obra.

É muitas vezes por meio do portfólio que um artista é escolhido ou **selecionado para exposições**, prêmios, residências artísticas e projetos, por isso ele deve ser objetivo, conter bons registros das obras e fornecer todos os dados necessários para o entendimento da obra ou da trajetória do artista. O artista deve ter em mente que está

apresentando algo para alguém que não o conhece e não viu suas obras ao vivo. **O portfólio é seu porta-voz.**

O **primeiro passo** para a elaboração do portfólio é a **conceituação** que o artista faz do próprio trabalho, pois esse entendimento vai levá-lo à escolha de obras, séries ou projetos representativos das questões que lhe interessam e sobre as quais pesquisa, assim como conduzir a organização do material.

O portfólio pode ser **estruturado** por tópicos, por **cronologia** ou por **suportes** usados pelo artista. Não há estrutura correta, mas ela deve comunicar do melhor modo possível a poética do artista.

Bons **registros fotográficos** das obras são imprescindíveis, pois elas não estão presentes para serem avaliadas. No caso de pinturas, a qualidade das imagens deve ser ainda maior, devido à dificuldade da fotografia em reproduzir texturas, tonalidades e mesmo a presença pictórica. Não precisa haver dezenas de imagens do mesmo trabalho, apenas as que sejam suficientes para a compreensão da produção do artista por parte de uma pessoa que não o conhece ou esteja diante da obra.

Em seleções de prêmios ou editais, há centenas de inscritos, e a comissão muitas vezes tem pouco tempo para avaliar todos. Por isso, ser **sintético** na apresentação do trabalho é fundamental, mas sem ocultar dados da pesquisa ou da obra úteis à sua avaliação. Uma página com uma ou poucas imagens da obra, um parágrafo explicativo abaixo da imagem e ficha técnica são suficientes.

Ao organizar seu portfólio, lembre-se que ele não é uma obra em si, nem um livro de artista. Ele é um documento que ilustra e apresenta o trabalho.

O QUE PODE FAVORECER SEU PORTFÓLIO

DESTAQUE SEUS PONTOS POSITIVOS

Escolha as melhores imagens e explore-as nas páginas para criar uma dinâmica que intercale textos e fotos. Dê destaque às que mais revelam e representam o seu trabalho. Mantenha fotos de obras, mas também de trabalhos dentro do espaço expositivo e até do ateliê, se achar relevante. Em relação aos textos, escolha os que mais falem do seu trabalho e da sua trajetória. Textos autorais do artista, currículo e textos assinados por curadores são bem-vindos _sempre em linguagem acessível.

ORGANIZE A LEITURA

Um sumário não é necessário, mas deixe clara a organização do seu portfólio e pense em como vai demonstrar sua trajetória, evidenciando os momentos mais significativos da sua carreira. Não é preciso colocar uma imagem de cada obra, de cada exposição. O portfólio é um filtro.

ATENTE PARA OS FORMATOS

Pense tanto na forma impressa quanto na digital. No primeiro caso, pense em um formato e em um tamanho fáceis de serem manipulados, pelo leitor, e de executado, pelo artista. Evite colagens ou interferências, escolha um bom papel e proteja-o com uma capa. No formato digital, prefira sempre o PDF. Cuidado com o tamanho final do arquivo. O ideal é que não passe de 5MB para ser enviado a editais e instituições ou ser encaminhado por e-mail. Em ambos os casos, pense também no número total de páginas: de preferência, não mais do que 15.

APOSTE NO DESIGN

Desde a escolha da fonte até a diagramação final, faça escolhas que evidenciem seu trabalho. Se não tem habilidade com design ou não domina as ferramentas necessárias, peça ajuda de alguém que saiba ou contrate um profissional, se houver a chance.

CAPRICHE NO PORTUGUÊS...

Para evitar erros de português que possam prejudicar sua imagem, o artista deve revisar com atenção ou mesmo, quando possível, contratar um revisor de textos para checar seu portfólio, textos autorais, minibió e outros materiais.

...E NO INGLÊS

É bom também fazer uma versão em um segundo idioma do material. Inglês costuma atender a uma série de demandas, mas isso pode variar de acordo com as estratégias de inserção do artista

Como organizar visitas ao ateliê (*studio visits*)

A VISITA DE REPRESENTANTES do mundo da arte ao ateliê do artista ou a outro ambiente para conhecer suas obras ou portfólio é parte fundamental do processo de profissionalização.

Trata-se do momento em que representantes de instituições, gestores, produtores, curadores, críticos, galeristas e colecionadores entram em contato direto com o artista em seu ambiente de trabalho e podem ver obras em primeira mão, rever trabalhos históricos e entender seu método de pesquisa, além de tirar dúvidas, trocar ideias e ter uma percepção mais completa do universo do artista. Para alguns agentes da arte, o trato pessoal é valioso, pois várias relações profissionais vêm de relações pessoais de afeto ou de afinidade.

70,9%

dos artistas respondentes produzem seu trabalho em casa ou em ateliê dentro de casa.

19,6%

produzem seu trabalho em ateliê fora de casa.

9,4%

compartilham ateliê com outro(s) artista(s).

Fonte pesquisa própria

COMO ORGANIZAR A VISITA

OBJETIVO

De antemão, é indispensável saber o tempo que o profissional dispõe para a visita e seu propósito – ver um trabalho específico, conhecer o corpo do trabalho, pesquisar trabalhos para uma exposição ou projeto. Com essas informações, o artista pode organizar o que mostrar – e como.

ESPAÇO

É interessante arrumar o espaço de trabalho. Não precisa mudar tudo, mas dispor as obras, portfólio e materiais de pesquisa de forma a agilizar o processo e dar condições de fruição.

TRADUTOR

Caso receba a visita de um estrangeiro e não se sinta à vontade para apresentar o trabalho em outro idioma, organize-se para ter alguém que possa apoiá-lo nesse diálogo.

COMES E BEBES

Oferecer água, lanche e refrescos pode ser encarado como gentileza e quebrar um pouco o gelo. Bebidas alcoólicas podem ser oferecidas e ingeridas, mas sem exageros.



FICA A DICA

O fundamental é ser **cordial** e atento, porque, no *studio visit*, o discurso, a produção e a personalidade do artista se desnudam. Há uma aproximação absoluta entre as partes, algo que uma exposição ou uma conversa rápida num evento não oferecem. É um momento fértil para o artista, que consegue ouvir críticas e discutir o trabalho de maneira produtiva. Apresente-o sem uma atitude defensiva, mas sim **aberta ao diálogo**. A interlocução com profissionais é sempre primordial, mas receber no ateliê é uma forma ímpar de repensar o próprio processo de trabalho e criar colaborações futuras.

Separe material impresso de **brinde** para o visitante levar. Caso o visi-

tante faça demandas ou pedidos específicos de envio de textos, imagens e materiais no geral, anote-os e entre em contato com o visitante logo depois, agradecendo-o por seu tempo e interesse e enviando o material combinado.

Ter um cartão de visitas com seu site, endereços nas redes sociais, telefone e e-mail também é valioso. Da mesma forma, fique com os dados dos visitantes. É assim que se forma a **rede de contatos**. Esses contatos são muito valiosos para alimentar projetos futuros.

Quanto ao **convite**, a iniciativa da visita ao ateliê pode partir tanto do artista, que se interessa em mostrar seu trabalho e saber a opinião de determinado profissional, como do profissional em questão. Não se deve forçar ou insistir na visita, sob o risco de ter o efeito contrário, ou seja, o afastamento do profissional.

CAFÉS E ALMOÇOS

Pela agitação da vida contemporânea e a dificuldade de circulação nas grandes cidades, nem sempre é possível visitar um ateliê. Por isso, tem sido comum o encontro entre artistas, curadores e críticos em cafés ou restaurantes para uma conversa a partir do portfólio ou de algum trabalho portátil. As orientações são as mesmas para as visitas ao ateliê: organize o material a ser mostrado de acordo com o tempo e o propósito do diálogo.

4. Uso das plataformas digitais

Contexto

A **INTERNET PODE** ser uma das **principais ferramentas de comunicação** de um artista. É fonte de fácil acesso sobre o seu trabalho, além de ser capaz de ampliar o seu alcance.

À medida em que o artista desenvolve o seu caminho profissional, é inevitável que a busca por informações *online* sobre ele aumente. Por isso, é

recomendável que esteja preparado para essa demanda, seja por meio de redes sociais, de site próprio, de plataformas institucionais e comerciais ou de artigos online.

Não existe modelo ou fórmula corretos para a presença digital de um artista. A única premissa que recomendamos levar em conta em cada decisão é que as suas iniciativas *online* reflitam a identidade do seu trabalho.

COMO OS ARTISTAS DIVULGAM SEU TRABALHO

- Redes sociais
- Editais, salões, esidências

35%

dos artistas se consideram pouco familiarizados com produção e uso de plataformas digitais para venda e difusão

Fonte pesquisa própria

Como criar suas plataformas digitais

SITE

AO PENSAR A COMUNICAÇÃO digital, é bom lembrar que, quanto mais informações de qualidade forem oferecidas, mais as partes interessadas poderão explorar e dialogar com o trabalho. Um site próprio é um **ambiente controlado** e independente, no qual as pessoas entram em busca de dados confiáveis sobre o artista, seu trabalho e carreira.

Vale lembrar que a construção de um site requer **gastos** e tempo para o desenvolvimento e a manutenção. Isso explica também a forte aposta nas redes sociais.

COMO CRIAR UM SITE

1 - COMPRA DO DOMÍNIO

O primeiro passo é comprar um domínio, que será o endereço da sua página. Recomenda-se que o domínio seja seu próprio nome, para que seja facilmente

encontrado por mecanismos de busca, seguindo de “.com”, que é a extensão de domínio mais conhecida e internacional.

2 - LAYOUT

Para ter um site customizado, é preciso contratar um designer e um programador. Juntos, eles decidirão juntos o melhor formato. Existem também plataformas gratuitas para artistas construir sites e portfólios online, como a cargocollective.com, que oferece templates prontos e a possibilidade de ser conectado ao domínio com seu nome.

3 - PRODUÇÃO DE TEXTOS

A internet é repleta de informação – e também de gente que não se dispõe a ler toda essa informação. Ao produzir **conteúdo** para um site, deve-se pensar em textos curtos e objetivos, informações de fácil visualização e imagens claras, que possam sempre ser atualizados, para acompanhar a carreira do artista.

4 - CRIAÇÃO DE DIFERENTES PÁGINAS INTERNAS

Por se tratar de um site de artista, recomenda-se uma forte presença visual, com uma ou mais imagens que representem bem seu trabalho na página inicial e um menu de navegação dividido em diferentes páginas internas:

• CURRÍCULO

Deve conter dados sobre formação, exposições realizadas – exposições solo diferenciadas de coletivas, todas listadas por ordem cronológica, a começar pela mais recente –, residências artísticas, prêmios, links para textos e catálogos e outras experiências que julgar relevantes. Participações em feiras não devem aparecer, já que feiras de arte não são consideradas exposições coletivas e, sim, plataformas comerciais.

• INFORMAÇÕES BIOGRÁFICAS

Texto curto com informações biográficas (ano e local de nascimento, onde vive e trabalha

hoje) seguidas de um texto autoral sucinto, com informações sobre a prática do artista e temas de interesse para seu trabalho.

• GALERIA DE IMAGENS

Seleção de imagens de qualidade do seu trabalho ou de projetos com ficha técnica junto a textos explicativos curtos, se necessário. Busque uma lógica de organização para as imagens que faça sentido à sua prática: cronologicamente, por série, exposição ou mídia.

• CRÍTICAS

Se algum texto de qualidade foi escrito sobre seu trabalho por curadores, críticos ou jornalistas, adicione-o ao site, pensando no visitante que queira informações aprofundadas. Isso respalda e legitima o seu trabalho. É também uma prática comum que o artista convide ou contrate um crítico ou curador que acompanhe seu trabalho para escrever sobre ele.

• LINKS

Adicione alguns links para notícias sobre seu trabalho ou exposições de que participou.

• CONTATOS

Deixe um e-mail para contato e divulgue os links para os seus perfis em redes sociais.

PLATAFORMAS INSTITUCIONAIS E COMERCIAIS

MUITOS SITES E APLICATIVOS para venda de arte ou divulgação de portfólio foram lançados desde o início da década passada, sobretudo depois de 2006, quando a Saatchi Gallery de Londres criou uma plataforma para exposição online que em 2010 passaria também a vender obras.

Como a cena e o mercado das artes visuais se comportam no âmbito digital é um debate atual e ainda em desenvolvimento. Enquanto alguns

pensam que o mundo da arte caminha para um futuro mais **acessível e conectado**, com redes de contatos e comércio digitais mais diretos e transparentes nos preços, outros acreditam que a cena da arte depende da exclusividade do sistema offline.

Nas próximas décadas, será possível testemunhar como as novas gerações digitais vão transformar a cena da arte. Por enquanto, é seguro afirmar que ter perfis em plataformas digitais é uma forma de **disseminar o trabalho** do artista, que passa a ser mais fácil de encontrar em mecanismos de busca.

Existe hoje uma série de **plataformas online**, na maior parte comerciais, que reúnem perfis e obras de artistas. A maioria, caso das já conhecidas Artnet e Artsy, tem como membros não artistas, mas galerias que pagam mensalidades para hospedar perfis com obras de artistas por elas representados, funcionando como réplica do mercado de arte *offline*. Ambas também promovem leilões *online*, assim como a indiana Saffronart – que opera predominantemente *online* – e famosas casas de leilão como Sotheby's e Christie's, que realizam pregões em endereços físicos e também recebem lances por telefone e pela internet.

No caso dos **perfis de artistas** criados por galerias em sites de venda, são as próprias galerias que os mantêm, e se responsabilizam e administram os perfis dos artistas. Cabe ao artista representado por galerias se certificar de que seus galeristas têm informações precisas e atuais sobre o artista e seu trabalho e imagens de boa qualidade de suas obras para incluir em seu perfil na plataforma.

Existem também **outras plataformas** nas quais o próprio artista pode fazer *upload* de suas obras e até comercializá-las, como é o caso da *Saatchi Gallery* online, que cobra uma porcentagem pela intermediação. Cabe ao artista decidir se quer fazer parte de tais plataformas. Vale levar em conta que muitas *startups* que tentam criar plataformas e redes sociais para reunir

artistas online cobram mensalidade e, até hoje, não há registro de plataformas pagas de destaque que valham o gasto. A maior parte dos artistas ainda opta por um site próprio, aliado ao uso de redes sociais.

→ FICA A DICA

Enquanto a digitalização do mundo da arte ainda está em desenvolvimento, é recomendável que o artista opte por opções gratuitas ou que não cobrem mensalidade, apenas comissão sobre as vendas efetuadas, e fique atento às mudanças nos próximos anos.

As 10 principais plataformas internacionais de comércio de arte *online*

posição em 2018	Site
1	Christie`s (online)
2	Artsy
3	Sotheby`s (online)
4	Artnet
5	Istdibs
6	Philips (online)
7	Paddle8
8	Etsy (art and collections)
9	Saatchi Art
10	Bonhams (online)

Fonte sexto relatório anual de mercado da arte *online*, comissionado pela seguradora Hiscox e feito pela agência de pesquisa de mercado londrina ArtTatic.

REDES SOCIAIS

SÃO FERRAMENTAS DE COMUNICAÇÃO e disseminação de conteúdo cada vez mais essenciais para todas as áreas, regra que não é exceção nas artes visuais. Suas plataformas são gratuitas e de fácil uso e, apesar de exigir **presença constante**, têm grande potencial para serem utilizadas como forma de expandir sua rede de contatos, podendo ampliar o **alcance do trabalho** tanto regional quanto internacionalmente.

79%
dos compradores de arte com menos de 35 anos usaram o Instagram para descobrir novos artistas

82%
dos compradores seguem artistas que já conhecem na rede para acompanhar o seu trabalho

63%
das pessoas que atuam no meio da arte consideram o Instagram sua rede social favorita

38%
preferem o Facebook

Fonte Relatório anual 2018 da Hiscox e ArtTatic

É cada vez mais comum que coberturas jornalísticas, oportunidades de trabalho, visitas a ateliê ou até venda de trabalhos se originem por interação nas redes sociais.

5 PONTOS RELEVANTES SOBRE AS REDES SOCIAIS

PERFIL

Não existem regras ou modelos fixos de comportamento nas redes sociais no mundo da arte, mas, como nas outras plataformas, atente para que as suas redes reflitam a sua identidade como artista.

Ao criar o seu perfil, tenha em mente que a ideia é que seja uma página aberta para **dialogar** com um grande número de pessoas. Por isso, muitos artistas e profissionais optam por ter perfis diferentes na mesma rede social para a vida pessoal (codinome) e profissional (nome inteiro ou artístico).

Outro dado importante, principalmente em relação às redes sociais, é o quanto é desejável que sua intimidade, seu cotidiano, seus hábitos e suas crenças pessoais sejam fundidos na mesma comunicação e pelos mesmos canais por onde o artista veicula o seu trabalho.

INTERAÇÃO

Como as redes sociais são um meio de divulgação e de tecer **redes de contato**, procure seguir contas de outros artistas, jornalistas de arte, publicações, curadores, galerias. Comentar, repostar algumas publicações e taguear verbetes-chave também é uma boa forma de começar uma conversa.

CONTEÚDO

Quem segue um artista está interessado em se informar sobre sua produção, exposições e eventos. Dessa forma, fotos de qualidade dos trabalhos, convites para aberturas, bastidores de montagem de exposições ou do seu ateliê são todos conteúdos bem-vindos.

Diferentemente do site, as redes sociais ajudam a travar conversas, não

são apenas uma vitrine dos trabalhos. Então, deve-se fazer também posts sobre exposições de outros artistas e repostar conteúdo de outros usuários que dialoguem com os seus interesses, sempre com as tags de quem publicou o post original.

HASHTAGS

Inserir *hashtags* (#) nas postagens é uma maneira de fazer com que elas sejam **encontradas** mais facilmente dentro de categorias e grupos. As *hashtags* fazem com que seu post apareça ao lado de outros que tenham as mesmas *hashtags*. Assim, pessoas que ainda não o seguem podem encontrá-lo.

Segundo o portal Artsy, posts com *hashtags* recebem **12% mais engajamento**. Recomenda-se que se utilizem *hashtags* específicas e relevantes. Não se devem usar *hashtags* como nomes de galerias e museus que não estejam relacionados ao que o artista postou só para alcançar mais popularidade, pois isso pode soar pouco profissional.

Recomenda-se fazer uma **pesquisa** nas redes sociais de artistas e organizações que o artista admira para entender qual tipo de *hashtags* eles usam.

GEOLOCALIZAÇÃO

Adicione também o local onde sua foto foi tirada, o que faz com que seu post seja **agrupado** com outros do mesmo lugar. Se estiver no conjunto de posts de uma exposição coletiva, bienal ou feira de arte, qualquer pessoa que clique na localização pode encontrar o seu post. O Instagram e o Facebook dão a opção de adicionar a localização em todos os seus posts.

5. Apresentação de projetos para bolsas, prêmios e residências

Como se informar?

EM QUALQUER CAMPO profissional, manter-se a par das **discussões**, transformações e consensos é fundamental. No mundo da arte, isso significa acompanhar *newsletters* como *e-flux*, *Hiperallergic* e o Canal Contemporâneo, assim como informativos de revistas especializadas como *Artnews*, *Artecontexto*, *ArtReview*, *Mousse*, *Terremoto* e *Kunstexte*.

Para descobrir oportunidades de **residências artísticas**, vale se inscrever nas *newsletters* das próprias instituições que as promovem ou em organizações que abarcam várias iniciativas, a exemplo da Resartis e da Triangulo Network. Hoje também é possível acompanhar essas instituições em redes sociais como Instagram e Facebook, onde divulgam atividades e novidades.

Seguir curadores, críticos e gale-ristas nas redes também é uma forma de saber de chances e ficar por dentro de debates atuais.

Revistas e blogs especializados atualizam discussões e conceitos do mundo da arte, mas sua leitura deve vir acompanhada da leitura de monografias sobre artistas influenciadores, livros teóricos que abordem a história da arte uma sob uma perspectiva mais recente e ensaios sobre tópicos desafiadores.

A leitura sistemática de **jornais e revistas** que abordem criticamente as **questões políticas, econômicas e sociais** locais, nacionais e internacionais também constitui parte do trabalho de formação e informação do artista, ajudando-o a **amadurecer percepções e opiniões** sobre o mundo, o que acaba por resvalar na sua poética e no desenvolvimento de sua obra.

79,7%
dos artistas
assinam
newsletters
Fonte
pesquisa própria

Fazendo escolhas estratégicas

A **TRAJETÓRIA DE UM ARTISTA** depende mais de suas próprias escolhas do que da decisão dos outros. Descubra o que deve ser levado em conta para tomar as melhores decisões ao longo do caminho.

COMPREENDA SUA SUBJETIVIDADE

O percurso começa pela compreensão da sua subjetividade e do tipo de trabalho que o artista deseja e pode desenvolver. A partir daí é possível planejar formação necessária para desenvolver habilidades e materializar ideias e pelo entendimento do mundo da arte a que almeja pertencer. Criar redes de interlocução é tanto fruto de escolhas como do aproveitamento de oportunidades. Portanto, a autorreflexão e a análise atenta de um objetivo são o ponto de partida para fazer escolhas estratégicas.

FILTRE OPORTUNIDADES

Há uma grande oferta de prêmios, bolsas e residências. Entenda a si mesmo, ao seu trabalho, e crie um filtro para localizar oportunidades compatíveis com seu perfil e suas metas. Não adianta se inscrever num prêmio voltado para discussões étnicas se a sua pesquisa não aborda tais questões. O mesmo vale para um artista iniciante, com pouca densidade de trabalho, que se candidata a uma residência vol-

tada a artistas consolidados, com vasta experiência e pesquisa. Ou então um artista com investigação de embasamento modernista se inscrever num edital para pesquisas de cunho contemporâneo. Escolha estrategicamente para evitar frustrações e perda de tempo.

Comissões e júris de seleção e de premiação são sempre uma surpresa, pois são a junção de especialistas com referenciais teóricos, interesses de pesquisa e posicionamentos no sistema distintos. O resultado também tem a ver com as propostas inscritas e com a interação dessas variáveis todas. Entretanto, seleções ressoam principalmente o perfil do projeto.

APRENDA COM O “NÃO”

Receber respostas negativas será uma constante na vida dos artistas. Por isso, é preciso aprender a lidar com os retornos de forma produtiva. Às vezes, um “não” é mais enriquecedor para um artista que um “sim”. Saiba ler o resultado e não esmorecer porque, com uma observação atenta ao seu trabalho, às regras do circuito da arte e aos perfis dos concursos, mais cedo ou mais tarde se consegue aceitação.

É bom **participar sempre** de seleções: este é um modo de os profissionais tomarem conhecimento da sua existência. Muitas vezes, não se entra por pouco, mas é interessante fazer o trabalho circular e ser visto pelas comissões de seleção. Isso pode ter desdobramentos inesperados no futuro.

36,7%

dos artistas respondentes se inscrevem frequentemente em editais, salões, etc.

32,4%

não fazem mais do que duas inscrições por ano

25,6%

fazem entre três e quatro inscrições por ano

5,1%

nunca se inscrevem

82%

já ganharam prêmios e bolsas

66,6%

foram selecionados para residências

77,7%

foram escolhidos para salões de arte

90,6%

já concorreram em editais e foram selecionados

Fonte pesquisa própria

Como preparar a candidatura

SABER ESCOLHER OS PRÊMIOS, editais, bolsas e residências artísticas mais próximos do seu perfil e da sua meta de carreira é metade do processo. A outra parte é saber compor uma candidatura forte.

7 PASSOS PARA UMA BOA CANDIDATURA

MONTAGEM DE UM CALENDÁRIO

Tome nota das **datas de inscrição** para não perder os prazos.

COMPREENSÃO DA DEMANDA

Veja o que exige cada candidatura para saber o que deve ser **preparado** para cada processo seletivo. Não existe um modelo único que garanta a aprovação. Cada processo busca e exige dos candidatos uma resposta a uma demanda. Algumas candidaturas vão pedir um projeto inédito, outras vão desafiar o artista a responder a determinado contexto.

ELABORAÇÃO DE UM DOSSIÊ

As inscrições costumam pedir um **dossiê** que, em geral, inclui dados básicos de apresentação do artista (minibio, CV, textos autorais) e projetos pertinentes à chamada.

ESCOLHA DO TEMA

O artista terá maior chance de aprovação se escolher chamadas com assuntos ou **pesquisas próximas** a ele, porque assim poderá atender a demanda de forma adequada. Quanto mais assertivo for seu projeto, certamente maior a possibilidade de ser notado

CONHECIMENTO DAS REGRAS

Leia o regulamento com atenção para listar os documentos e materiais pedidos e fazer um levantamento do que já tem e do que precisa ser feito, refeito ou adequado. Veja o prazo final de inscrição e elabore um **cronograma de trabalho** de trás para frente para organizar melhor o tempo e não deixar para a última hora, já que vários contratempos podem ocorrer e inviabilizar a candidatura.

AVALIAÇÃO DA INSTITUIÇÃO

Estude o **perfil** da instituição para conhecer a missão e a forma de atuação, saber quem faz parte dela e quem já foi beneficiado. Esse é um bom passo para identificar o perfil e as propostas da chamada, alinhando valores.

CONSULTA DO FORMATO

Confira qual é o formato de envio do projeto: verifique se pedem impresso, via correio, se há limite de páginas, se a inscrição é *online*, se há necessidade de **tradução** de textos



ATENÇÃO!

Antes de fazer sua inscrição, atente para estes itens:

PERFIL DO CANDIDATO

Algumas vezes os editais são restritos a uma faixa etária ou território.

DATAS

De inscrição, julgamento e resposta final

FASES

Confira se a aprovação se dá por fases

PREMIAÇÕES

Quais são as recompensas finais? No caso de residências, atentar para o que está incluído e o que não está incluído, como alimentação, despesas de deslocamento, etc. É possível que a participação implique em investimento financeiro do candidato

EXIGÊNCIAS BUROCRÁTICAS, LEGAIS E CONTÁBEIS

Verifique se há necessidade de ter conta bancária PF ou PJ, se é necessário ter uma empresa, se é necessário tirar visto etc.

PERÍODO

Data de realização do projeto

MÃO DE OBRA

Necessidade de envolvimento de equipe para realizar a proposta e, depois, o projeto

COMO DESCREVER A OBRA OU PROJETO

ENTENDER O QUE O REGULAMENTO pede e dar uma resposta específica demonstra dedicação.

A maior parte dos prêmios e editais solicita descrição da obra ou da proposta e justificativa da importância e da pertinência. Em alguns casos há um número máximo de caracteres, palavras ou páginas, mas, quando não houver, deve-se tentar ser **sucinto e direto**, pois são muitas as candidaturas, e saber expressar as ideias de forma simples e clara faz diferença.

Descrever o projeto que se quer desenvolver ou a obra que se deseja apresentar é não apenas detalhar fisicamente, com ficha técnica, fotos (ou esboço) e esquema de montagem (se for o caso), mas também **contextualizar** conceitualmente o trabalho nas discussões contemporâneas e no próprio universo poético.

Não esqueça de fornecer informações sobre **custos e prazos** para que fique claro para a comissão se proposta é factível.

A justificativa deve basear-se no **diferencial** que sua pesquisa ou obra apresenta com relação ao que já se conhece no mundo da arte, assim como no próprio percurso investigativo.

Questões práticas e legais de residências internacionais

PARTICIPAR DE RESIDÊNCIAS ARTÍSTICAS no exterior requer planejamento e organização. Os dois pontos principais a serem observados de antemão são o domínio de uma **língua estrangeira** e o **visto** ou permissão de estadia pelo prazo do projeto.

A fluência ou nível instrumental de uma língua estrangeira leva tempo para se consolidar. Portanto, esse aspecto precisa ser trabalhado com antecedência pelo artista e deve ser levado em consideração até mesmo na hora de se decidir pela inscrição ou não para a residência.

O visto também requer seu tempo, além de uma documentação específica para cada país. Por razões geopolíticas, requisitos para visitar ou residir, mesmo que por pouco tempo, em terra estrangeira mudam vez por outra. Alguns países oferecem vistos específicos para artistas, mas a maioria não, e o trâmite pode demorar meses. Portanto, inicie o processo o mais rápido possível.

Na maioria dos casos, o primeiro passo para solicitar o visto é tirar o passaporte ou renová-lo, se tiver a validade vencida. Vários países só aceitam estrangeiros com passaportes válidos até seis meses depois do período de estadia. É imprescindível receber da organização da residência um documento oficial que a formalize, para embasar o pedido.

Importante ainda checar se o país visitado exige alguma **vacina**, algo que também muda de acordo com a ocorrência de epidemias ou a gestão de saúde pública. Nos postos de saúde, pode ser feito o cartão internacional de vacinas e a administração da imunização para as enfermidades mais recorrentes, tais como a febre amarela e a malária.

Levar **materiais** para o projeto também precisa de planejamento, sobretudo se forem substâncias, objetos e elementos não usuais. Estude as leis de importação e proibições de entrada do país visitado.

Repatriação de obras produzidas no exterior

CASO O ARTISTA TENHA produzido obras no exterior, em uma residência, poderá ter problemas para trazê-las ao Brasil, em razão de um entendimento polêmico e questionável da Receita Federal. Isso porque a produção do artista será tida como produto importado e taxada como tal.

[Na parte D - Internacionalização](#) deste guia explicamos que quando um bem estrangeiro ingressa no território aduaneiro brasileiro, independentemente

de ser ou não objeto de uma transação comercial, isso é considerado uma importação. Assim, qualquer entrada de bem estrangeiro em território brasileiro configura importação e pode estar sujeita à incidência de tributos.

É importante entender o conceito de bem estrangeiro. Para fins jurídicos e aduaneiros, é um bem produzido no exterior ou, ainda, um bem brasileiro que tenha sido objeto de uma exportação definitiva em momento anterior e retorna ao Brasil – o chamado bem desnacionalizado.

Para a Receita Federal, a noção de “bem produzido no exterior” é ligada ao aspecto físico e geográfico. Ou seja, qualquer bem fabricado ou criado fora do Brasil é estrangeiro, ainda que feito por brasileiro com materiais brasileiros, e deve ser tributado ao entrar no país, pois a entrada configura importação.

Isso significa uma carga tributária de aproximadamente 43%, com a incidência de Imposto de Importação, PIS, Cofins e ICMS – esse percentual pode variar para mais ou para menos de acordo com o endereço de residência do o artista, porque os percentuais de ICMS variam de Estado para Estado.

Os tributos incidirão sobre o valor da obra, declarado pelo artista no desembarque. Segundo as regras do comércio exterior, o valor declarado tem que ser compatível com o valor de mercado das obras. Os fiscais do aeroporto poderão fazer pesquisas para verificar se o valor declarado é mesmo compatível com o valor de mercado, se houver fontes confiáveis para apurar a informação, como vendas feitas pela galeria que representa o artista.

Os fiscais poderão até mesmo reter as obras e iniciar um processo administrativo para apuração do valor de mercado. Se o processo concluir que o artista declarou um valor inferior ao de mercado, ele estará sujeito a multa.

QUESTIONAMENTO NA JUSTIÇA

Esse entendimento da Receita Federal é questionável, porque atribui mais importância ao aspecto físico (local da produção) do que ao econômico (titularidade e nacionalidade do autor) da obra. Assim, existem argumentos sólidos o bastante para se questionar juridicamente a leitura da Receita Federal. Também há precedentes: decisões judiciais que afastaram a tributação em casos semelhantes.

Por tanto, é recomendável que o artista consulte um advogado antes de embarcar para o Brasil, para saber se é possível fazer algo para evitar questionamentos no momento da chegada das obras.

Mudança de país: isenção fiscal

CASO TENHA FICADO bastante tempo no exterior e tenha comunicado formalmente sua saída à Receita Federal (tornando-se um não-residente para fins fiscais), o artista poderá trazer as obras quando voltar, como bens integrantes da sua mudança.

A mudança internacional tem tratamento fiscal diferenciado e não está sujeita à incidência de tributos. Mas é necessário um procedimento especial junto à Receita Federal. Neste caso, é recomendável a consulta a um despachante aduaneiro ou outro profissional especializado.

6. Planejamento e execução de uma exposição

Idealização

EXPOSIÇÕES SÃO UMA BOA oportunidade não apenas para o artista **apresentar sua produção**, mas também para entrar em **contato** com colegas, galeristas, representantes de instituições e do mercado e com o público em geral. Para quem raramente tem acesso aos ateliês, este é um momento especial de encontro com a arte. Por isso, pense com cuidado na mostra e nas informações sobre os trabalhos que irá disponibilizar aos visitantes, que, além de se divertir, vão à exposição para se educar.

4 etapas para produzir sua exposição

PLANEJE O QUE EXIBIR

Decida o que será exibido a partir da definição do público-alvo e do espaço da mostra. Desenhe o conteúdo com base em um recorte, intenção, tema e cronologia – e em diálogo com uma equipe: parceiros, curador, produtor e a própria instituição ou galeria.

CHEQUE OS RECURSOS

Descubra se a mostra trará obras prontas ou comissionadas – pode ser uma ação ou um *site-specific* – e se os trabalhos estarão à venda, quais os recursos humanos e financeiros disponíveis para executar a exposição, em que período ela ficará em cartaz e por quanto tempo.

ESCALE A EQUIPE

Defina quem vai trabalhar na produção e em qual papel. Alguns agentes que trabalham no processo além do artista são: produtor executivo, curador, assessor de imprensa, designer e arquiteto.

FAÇA CRONOGRAMA E ORÇAMENTO

Quem já tem uma ideia clara do valor e do tempo necessários para realizar o projeto pode estabelecer um cronograma de ações, com indicação de data limite para entrega e dos respectivos responsáveis, além de um orçamento detalhado sobre o custo de cada fase até a pós-produção. O planejamento deve ser minucioso e permanentemente acompanhado e revisto

Pré-produção

TERMINADA A FASE de idealização, é hora de iniciar a pré-produção. Todos os profissionais do **núcleo duro** do projeto já devem ter sido contratados para atuar de maneira efetiva agora: produtor, curador, artista, arquiteto, designer. Todos, de alguma forma, serão responsáveis pela organização, planejamento e áreas criativas do projeto. Outros profissionais e prestadores de serviço serão cotados na fase de pré-produção, mas só trabalharão efetivamente na produção.

A construção de uma exposição é um **trabalho interdisciplinar** e integrado. A equipe deve estar alinhada e orientada por um produtor ou coordenador capaz de liderar e garantir que o projeto seja finalizado no tempo correto, da melhor maneira possível. O produtor ou coordenador também deverá acompanhar cuidadosamente cada etapa e estar atento aos fatores que podem afetar o seu êxito, como a necessidade de prestação de contas ao final da exposição.

O documento que dá início ao processo de planejamento e desencadeia todos os demais é a **lista de obras**. Organizada em **planilha**, ela reúne a imagem do trabalho, a ficha técnica completa, a localização, o proprietário e suas necessidades de exibição (equipamento de audiovisual, cabine, necessidades estruturais, de energia e iluminação, vitrine, base, etc.).

O QUE PLANEJAR?

PRODUÇÃO DE OBRAS

Projetos a materializar, digitalização, impressão e execução de molduras, edição de vídeos etc.

PROJETO EXPOGRÁFICO

Arquitetura do espaço que organiza as obras segundo as necessidades específicas de exibição.

PROJETOS COMPLEMENTARES

Iluminação, elétrica e segurança.

LOGÍSTICA

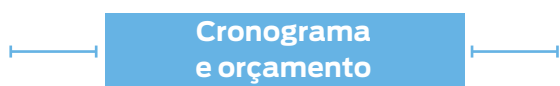
Itens como transporte, seguro e montagem, empréstimos de obras (instituições querem um pedido formal de empréstimo meses antes da realização da montagem).

VIAGENS DE PESQUISA

Arquivos ou acervos.

ALUGUEL DE EQUIPAMENTO

Áudio ou vídeo.



UMA VEZ LEVANTADAS as necessidades, é hora de elaborar o **cronograma** detalhado de atividades nas diversas frentes de trabalho – expografia, comunicação, produção, curadoria – e um orçamento condizente com as necessidades do projeto e os valores praticados pelo mercado. O cronograma e o **orçamento** são as **bússolas** para a boa gestão do projeto, da pré-produção à pós-produção.

O cronograma deve ser monitorado sempre. Antes de decidir a **data de abertura**, verifique o calendário do período: eventos, datas comemorativas e feriados previstos. A duração da exposição também influi nas decisões sobre a melhor forma de realizar a montagem e manter a exposição.

Um orçamento detalhado, a par das necessidades levantadas, deve

guiar o trabalho de execução. Devem ser previstos gastos nas seguintes áreas: equipe fixa, expografia e projetos complementares, transporte e armazenagem, produção de obras, viagens, comunicação, administração e impostos.

Uma vez mensuradas e quantificadas, as demandas devem ser apuradas no mercado: cotações junto a fornecedores e prestadores de serviço, para que, na medida do possível, o orçamento tenha valores reais. Dependendo da forma de financiamento, o artista, por descumprimento de cláusulas, pode ter problemas como falta de verba ou receber ordem para devolver recursos ao realizador.

Se o plano é de que a exposição tenha **ações socioeducativas** e conte com uma equipe educativa, elas devem ser pensadas e organizadas na pré-produção. Assim como detalhar como será organizada a **monitoria** da exposição – incluindo o quantitativo de estagiários de cursos superiores de artes visuais e a disponibilização dos monitores ao público –, faz-se necessário descrever as ações que contribuam com a democratização do acesso, com a **formação de público** e a capacitação.

Assessoria legal e assessoria jurídica: dois serviços não menos relevantes nesta fase, que depois terão de ser acompanhados pela produção. A assessoria legal auxilia o produtor nas questões de direitos autorais e contratos com artistas, fornecedores e prestadores de serviço. A assessoria contábil o auxilia na execução de pagamentos e prestação de contas. As duas áreas são importantes para projetos que envolvem financiados por lei de incentivo ou outros mecanismos público-privados.

Por fim, de maneira geral, a fase de pré-produção é quando uma ideia se materializa em projeto, com todos os detalhes possíveis. A estratégia de atuação na fase de produção, quando o projeto é erguido, já deve estar toda desenhada na pré-produção.

A **FASE DE PRODUÇÃO** põe em execução tudo o que foi preparado na pré-produção. A partir da definição da lista de obras, das necessidades, do cronograma e do orçamento, os prestadores de serviço são contratados e coordenados pela equipe de produção.

A área de **comunicação** elabora o **texto curatorial**, a **identidade visual** do projeto e o planejamento de **materiais informativos** (sinalização, publicações e canais digitais). O curador deve conduzir a equipe, amparado por um profissional de design. A meta é apresentar o trabalho da melhor maneira possível, e da forma mais **clara**, para que o público possa se **engajar**.

Se o texto for distribuído em **folha, folder ou catálogo**, deverá ser impresso com antecedência para que esteja disponível na abertura da exposição. Naturalmente, o **convite** – digital ou impresso – também. Caso opte por convites impressos, reserve pelo menos um mês para organizar o mailing, imprimir etiquetas, manusear e postar. Isso garante que os convites cheguem antes da abertura, e não depois.

Os **textos de parede** e **etiquetas** também devem ser produzidos com antecedência e checados para garantir que não haja nenhuma informação errada ou em falta. O ideal é iniciar logo o trabalho de assessoria de imprensa.

É preciso, também, selecionar a equipe de **cenotecnia** – construção do espaço expositivo – e os profissionais de iluminação e projetos complementares.

A equipe de **transporte** deve apresentar um plano logístico e o trabalho de coleta de obras em emprestadores deve ser acompanhado por um museólogo. A embalagem e deslocamento das obras para o local da exposição também devem ser vistos com antecedência, levando em consideração a natureza de cada obra. Um transporte inadequado pode danificar as obras, o que será um transtorno, especialmente se pertencem a terceiros.

ANTES DA ABERTURA

LISTA DE CONVIDADOS

Selecionar com atenção as pessoas que se pretende convidar: artistas, curadores, galeristas, críticos, colecionadores, amigos e familiares. É bom que os profissionais envolvidos no projeto também possam convidar suas redes – e, assim, a do artista expositor se amplia. Os convites devem ser enviados cerca de 15 a 20 dias antes da exposição, a depender do formato do convite. A rede social também deve ser usada para anunciar a exposição.

FOTOGRAFE A MOSTRA

Não se esqueça de fotografar o espaço antes da abertura, quando está tudo absolutamente em ordem. Se não for possível, faça isso logo após a abertura. Caso haja uma performance, não se esqueça de se encarregar da cessão dos direitos.

DEPOIS DA ABERTURA

VISITAS GUIADAS

Às pessoas que o artista quer muito receber, vale ligar e reforçar o convite dias antes da abertura, para garantir que eles não se esqueçam. Caso elas não possam comparecer, o artista pode marcar outra data para acompanhá-las em uma visita guiada. É muito bom programar visitas guiadas no período da exposição ou organizar uma palestra com a presença do curador. Todas essas ações têm impacto direto no sucesso da exposição.

MONITORE A EXPOSIÇÃO

Cheque com frequência a segurança das obras e o desgaste da mostra. Se os impressos acabaram, é preciso repor. O espaço deve estar sempre em ordem e limpo, com tudo funcionando como no primeiro dia.

FALE COM OS MONITORES

Não se esqueça de dar suporte e atenção às equipes do educativo e monitores, caso existam. É bom checar se eles estão precisando de ajuda, de materiais e também se estão trabalhando conforme o combinado.

Pós-produção

QUANDO ACABA UMA exposição, tem início um **novo trabalho**. Todas as obras devem ser removidas e embaladas para o transporte e **devolução**, tarefas que, quando possível, devem ser acompanhadas por um **museólogo**, que verificará se houve algum dano e tomar as providências necessárias. Caso não haja disponibilidade de acompanhamento do museólogo, o artista deve acompanhar presencialmente o processo para garantir que as obras serão manuseadas corretamente. É também o momento de devolver equipamentos alugados, como o expositivo e equipamento audiovisual.

Em alguns casos, a tarefa é simples e termina quando as obras são removidas do espaço expositivo, como quando a mostra tem lugar em uma galeria. Mas, se a exposição se der em um espaço institucional, o artista deve devolver o espaço como encontrou.

Se as paredes eram brancas e foram pintadas de outra cor, elas devem ser novamente cobertas de branco. Parafusos e textos adesivados devem ser retirados das paredes. Tudo o que foi posto no espaço deve ser recolhido, a não ser que o combinado seja outro. Também a depender do combinado, o artista pode deixar o mobiliário expositivo no local, o que é bom quando ele não possui espaço de depósito e o local expositivo pode se beneficiar com o mobiliário, que poderá ser usado por outros artistas.

Se há necessidade de **prestação de contas**, ela deve ser feita imediatamente ao fim da mostra. Por isso, é preciso que nas fases anteriores todas as contratações e pagamentos sejam realizados rigorosamente de acordo com a legislação, com o acompanhamento de uma assessoria contábil.

Com a prestação de contas, normalmente são enviados também o **relatório completo** das atividades de **monitoria e socioeducativas**, o **material impresso** da mostra e o **clipping** para arquivo. Aconselha-se a guardar também uma

cópia de todo o material, por segurança e para a atualização do seu arquivo.

Por fim, caso ainda tenha catálogos ou folders para distribuir, essa é uma boa hora para fazer isso. Recomenda-se que o artista conserve, para arquivo próprio, alguns exemplares do material.

Ações socioeducativas e monitoria

PARA UMA EXPOSIÇÃO de **um mês**, o artista pode considerar contratar **dois arte-educadores** com carga de trabalho de 40 horas semanais cada um. Essas horas podem ser divididas da seguinte forma: de terça a sexta-feira, cada educador trabalha 7 horas (10h às 17h). No sábado e no domingo, cada um trabalha 6 horas em um dos dois dias (10h às 17h).

A ideia é que ambos trabalhem no **mesmo horário** para que seja possível realizar visitas de uma hora com **turmas agendadas de até 40 pessoas (a depender da capacidade do espaço)**. Assim, cada um pode atender metade do grupo. O número corresponde à capacidade média dos ônibus fretados, que acomodam 40 pessoas sentadas.

O **agendamento de visitas** permite a **coleta de informações** sobre os visitantes com antecedência, de modo que é possível levantar assuntos e temas para envolver o grupo da melhor forma, de acordo com o perfil. A supervisão do serviço educativo pode ser desenvolvida pelo produtor da mostra e pelo artista.

NA PRÉ-PRODUÇÃO:

- Pesquise, separe e organize materiais de estudo para a semana de formação com educadores (que podem ser textos e apostilas)
- Prepare uma escala dos educadores e os documentos que guiarão sua rotina de trabalho (planilha de agendamento, lista de confirmação de presença de grupos atendidos, documentos de controle de público,

breve pesquisa dos grupos agendados)

- Comande os estudos com os educadores dez dias antes da abertura da exposição
- Articule e organize os agendamentos de grupos

NA PRODUÇÃO:

- Agende visitas de grupos cujo perfil possa ter uma relação direta com a proposta da exposição e foque no agendamento de visitas com públicos especiais (jovens em situação de vulnerabilidade social, pessoas com deficiências mentais ou físicas e grupos de terceira idade) e escolas públicas
- Tenha uma equipe de educadores para divulgar as ações que ocorrem durante a exposição –o educador deve ser atento e generoso, respeitando o tempo de fruição e a participação do público
- Adote a missão de instigar o olhar sensível e crítico sobre as obras, fazendo delas suporte para a discussão da arte e até das realidades ou interesses do grupo de visitantes
- Debata o trabalho e a poética do artista para potencializar o contato do público com a obra, tornando a experiência ainda melhor. O educador deve estimular os grupos a explorar a exposição, relacionando pontos-chaves da pesquisa do artista com o perfil e a idade dos visitantes

7. Relação com imprensa, editoras e demais canais

Material de divulgação

TER UM MATERIAL de divulgação é essencial para usar no **próprio site**, para enviar para **galerias, jornalistas, residências, open calls**, museus ou

espaços de exposição. Fazem parte desse pacote básico, entre outros, os materiais já mencionados neste capítulo, como [texto autoral do artista, currículo e minibió](#).

Depois de redigir, reler e revisar seus materiais, deve-se lembrar de sempre passar os textos por **um ou mais revisores**. Mesmo que não seja possível contratar um profissional, pode-se pedir para que colegas do mundo da arte, professores ou até mesmo amigos ou familiares os leiam e comentem o que foi escrito.

OUTRAS RECOMENDAÇÕES para facilitar a produção e organização do material de divulgação são:

IMAGENS EM ALTA

A partir do conjunto dos registros fotográficos das suas obras, recomenda-se fazer uma seleção reduzida, porém representativa para enviar à imprensa, às instituições onde vai expor, curadores, galerias etc. Deve-se escolher no máximo 20 imagens, tanto em versões em alta como em baixa resolução.

PREPARAÇÃO DE UM DOCUMENTO em PDF com as legendas apropriadas, incluindo crédito para o fotógrafo, de preferência em português e inglês. O artista não deve esquecer de confirmar com o fotógrafo o direito de usar a imagem para divulgação. Também é recomendável selecionar alguns retratos e fotos de trabalho, que podem servir para a imprensa ou para a comunicação de parceiros.

INCLUA TEXTOS DE TERCEIROS

Seleção e arquivo de textos curatoriais e críticas sobre o trabalho e exposições ao longo da carreira. Eles podem enriquecer o site e servir como material de pesquisa para interessados.

PRESS RELEASE

O release é um texto sucinto para a imprensa que oferece informações básicas de forma clara sobre um evento ou exposição. Se a instituição ou gale-

ria em que o artista vai expor tem um departamento de comunicação ou assessoria de imprensa, ele deve se certificar de enviar a eles a maior quantidade possível de informações sobre suas obras, carreira, biografia etc., para que tenham conteúdo para redigir um bom release para a imprensa. Se possível, o artista deve pedir para ler o texto antes do disparo para os jornalistas, para checar os dados.

Se a instituição na qual ocorrerá a exposição não dispuser de equipe para redigir um press release, recomenda-se contratar alguém para escrevê-lo ou escrever um por conta própria.

PRESS RELEASE

UM BOM PRESS RELEASE DEVE SER:

INTERESSANTE

O artista deve ter em mente que jornalistas recebem dezenas ou centenas de releases por semana, até por dia. Por isso, além de ser objetivo, é preciso destacar informações que podem fazer parte da manchete e da linha fina (o subtítulo) para atrair a atenção de quem receber o texto. A ideia é fisgar o jornalista e convencê-lo de que é uma pauta sobre a qual valha escrever a respeito.

SUCINTO

O texto deve ter cerca de cinco parágrafos. Não se trata de um texto curatorial aprofundado, com linguagem acadêmica, mas sim de apresentação de um panorama breve e direto a respeito do que pode esperar da exposição. Alguns conceitos-chave devem ser incluídos, mas o fundamental é que seja um texto de fácil leitura para quem quer ler rapidamente.

Estrutura sugerida:

CABEÇALHO

Nome da exposição

Nome do artista

Nome do curador

Período (data a data)

Abertura: data e horário

Site e redes sociais

MANCHETE

Uma linha que resume o que vai ser falado no texto

EXEMPLO: [Nome do artista] expõe obras com a temática x no [nome do local] a partir de [data]

LINHA FINA OU SUBTÍTULO

Uma ou duas frases com informações complementares ao título

EXEMPLO: Com curadoria de [nome do curador], a exposição apresenta a série inédita [título da série] e revela a obra comissionada [título da obra]

PARÁGRAFO DE ABERTURA

Detalhes concretos do que está sendo exposto

PARÁGRAFOS 2 E 3

Mais detalhes sobre o evento

PARÁGRAFO 4

Mais informações sobre o artista

PARÁGRAFO 5

Contato para mais informações, imagens e pedidos de entrevistas



FICA A DICA

Incluir, se possível, uma lista de obras e uma minibiografia ao final do texto.

MAILING LIST E E-MAILS DE DIVULGAÇÃO

É **PRÁTICA COMUM** no meio da arte enviar **newsletters** com convites para exposições e eventos e notícias sobre publicações, prêmios ou residências das quais o artista tenha participado. Além de manter a rede de contatos informada sobre os progressos da sua carreira, esses e-mails periódicos funcionam como um lembrete sutil de que o trabalho do artista está sendo desenvolvido.

O artista deve adicionar à lista de contatos, ou **mailing list**, todas as pessoas com as quais trabalhou, outros artistas, curadores, galeristas, colecionadores, professores –desde que o conheçam, tenham demonstrado interesse por

seu trabalho e estejam de acordo em receber convites e novidades.

Crie um sistema para separar suas listas por **tipo de contato** e realizar buscas por nomes com maior facilidade. Por exemplo: colecionadores, jornalistas, curadores, galeristas, artistas, amigos e contatos pessoais e uma lista geral que reúna todos eles. Dessa forma, é possível criar **newsletters personalizadas** e direcionar convites para as pessoas certas.

! ATENÇÃO!

Recomenda-se não incluir nessa lista alguém com quem o artista não tenha relação. A *newsletter* é feita para pessoas que de fato se interessaram por acompanhar sua carreira, jamais deve empreender prática de *spam*. Também é possível criar um caminho no site para que pessoas se cadastrem para receber as novidades, abrindo, assim, a divulgação para desconhecidos.

COMO FAZER UMA BOA NEWSLETTER?

BREVE TEXTO

Textos curtos, claros e objetivos têm mais chances de leitura.

DADOS ESSENCIAIS

Todas as informações importantes devem ser enviadas –uma dica é seguir a regra de esclarecer sempre “quem”, “o quê”, “onde”, “quando” e “por quê”.

INFORMALIDADE

O texto deve ser escrito em linguagem não acadêmica, mas pessoal, que retrate o modo de comunicação do artista.

IMAGENS

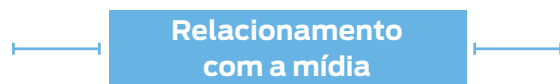
Elas são bem-vindas, sobretudo para ilustrar projetos anunciados no e-mail. Não se aconselha, porém, adicionar mais do que quatro imagens, para evitar que os servidores classifiquem a mensagem como spam.

PRESS RELEASE

Se o projeto anunciado tiver um release para a imprensa ou algum texto relevante, pode ser enviado como um anexo (desde que o arquivo não seja muito pesado).

→ FICA A DICA

Existem diversas ferramentas *online* gratuitas que permitem customizar e-mails e enviar para uma lista grande de contatos. No geral, são fáceis de usar e permitem que a mensagem não tenha aparência de e-mail marketing, mas sim de uma mensagem pessoal.



A **EXPOSIÇÃO NA IMPRENSA** ainda é uma das principais formas de **validação** de um artista. Não é possível ter controle sobre o que um jornalista vai escrever, mas há estratégias para aumentar as chances de que ele escreva algo sobre o trabalho –e de forma precisa.

Sempre que há uma exposição coletiva ou feira, o artista deve ter em mente que os jornalistas destacados para cobrir o evento vão selecionar algumas das obras para abordarem na matéria. Na prática, jornalistas têm pouco tempo e espaço para falar da exposição. Uma atitude que pode ajudar é muni-los de **informações** sobre a mostra, especialmente antes da abertura, para que já cheguem com alguma ideia do que vão ver e encontrar.

O artista deve se certificar de que a **assessoria de imprensa** ou departamento de comunicação do espaço expositivo tenha o máximo de informações possíveis sobre o seu trabalho: textos, imagens em alta resolução, minibió, currículo. A escolha de imagens de impacto visual também podem levar jornalistas a selecionar uma foto da obra para ilustrar uma matéria sobre uma mostra coletiva ou feira.

→ FICA A DICA

O artista deve se informar sobre os principais jornalistas especializados

em arte no Brasil e no mundo, bem como deve ler seus textos, segui-los nas redes sociais e, se possível, apresentar-se a eles e perguntar se gostariam de receber informações sobre o seu trabalho. Durante eventos internacionais realizados no Brasil, é comum que jornalistas estrangeiros visitem as exposições e feiras. Se o artista tiver a oportunidade de conhecê-los, não deve esquecer de trocar contatos.

SE O ARTISTA RECEBER um pedido de **entrevista**, deve tratar de se informar e de informar o jornalista. Ele deve pesquisar sobre o repórter, seus textos e verificar entrevistas com outros artistas. É preciso se familiarizar com seu tipo de escrita e as perguntas que faz, sobre o que costuma falar etc., e se certificar de que ele tenha recebido um press release atualizado sobre seu projeto, minibio, imagens e textos curatoriais aprofundados. Não se pode esquecer que, quanto mais material um jornalista tiver antes da conversa, maiores serão as chances de que ele retrate bem o trabalho.

Cada jornalista trabalha de maneira diferente, mas é bom não esquecer de que **tudo** o que for dito em uma entrevista, mesmo que pareça um papo informal, **pode ser publicado**. É possível pedir para que o jornalista não publique algo, mas isso não garante nada. A primeira recomendação, ao lidar com um jornalista, é ser amigável e profissional. Quanto mais artista e jornalista se entenderem, melhor para ambas as partes.

Antes de uma entrevista, é possível pedir que a assessoria de imprensa ou departamento de comunicação envolvido na exposição **pergunte o foco da conversa**, para que o artista se prepare melhor.

Muitos entrevistados, ao ver suas palavras impressas, assustam-se com o tom que elas parecem adquirir no texto ou como, em alguns casos, estão fora de contexto. Mesmo assim, é muito raro que jornalistas permitam que os entrevistados **tenham acesso a**

suas falas antes da publicação. Dependendo da relação com o jornalista, é possível pedir.

Se no texto publicado existe algo muito diferente do que foi dito, é possível requisitar que o jornalista edite o texto online ou faça uma **errata** – é recomendável que a assessoria de imprensa faça esse tipo de pedido, preservando ao máximo a relação do artista com o jornalista.

Por fim, alguns jornalistas, sobretudo fora do país, concordam com **entrevistas por escrito**. Se o artista estiver inseguro, essa é uma boa opção para ter controle sobre o que diz. Nesse caso, as perguntas e respostas são trocadas via e-mail.

Editoras e publicações próprias

A PRODUÇÃO DE publicações impressas, catálogos ou livros de artistas é uma iniciativa interessante de produção de material de divulgação de qualidade e registro histórico de seu trabalho.

Quando um artista realiza uma exposição em galeria, museu ou espaço independente, é possível que a instituição se ofereça para arcar com os **custos de produção** de um catálogo desta mostra específica.

Há também a possibilidade de artistas fazerem acordos com editoras para a produção de publicações próprias, independentemente de instituições ou exposições pontuais. Para uma editora, aliás, é interessante que o livro não esteja ligado a uma exposição, mas que tenha uma narrativa em si mesma, de forma que se torne atemporal e alvo de interesse do maior público possível.

Existem diversas editoras no Brasil e no mundo que aceitam e avaliam propostas de artistas para a produção de publicações. É vantajoso para o artista fazer parcerias com editoras mesmo que tenha que arcar com os custos da impressão, pois a editora é detentora de expertise em todas as etapas de desenvolvimento, possui uma rede de distribuição e canais de promoção.

71,7%

dos artistas respondentes possuem catálogo de exposição sobre a sua obra

25,6%

dos artistas respondentes possuem livro monográfico

Fonte pesquisa própria

PASSO A PASSO PARA FAZER A SUA PUBLICAÇÃO

VANTAGENS DA PUBLICAÇÃO PRÓPRIA

Do ponto de vista institucional, uma publicação própria é um **material de apoio** útil quando o artista é visitado por colecionadores ou prepara um dossiê sobre sua obra para tentar uma bolsa ou residência, dentro ou fora do país – daí a importância de ser bilíngue. A publicação vira o **portfólio** do artista, ou dá suporte a ele em muitos casos.

Do ponto de vista comercial, ela **ajuda nas vendas**, uma vez que colecionadores preferem adquirir obras já publicadas e as galerias – quando vão a feiras internacionais, por exemplo – são questionadas sobre a existência de publicações dos artistas, como medida da maturidade e legitimação da carreira.

PASSO 1: DESENVOLVA UMA IDEIA

O artista deve desenvolver uma ideia do que quer com o seu catálogo ou livro e redigir um projeto com o **conceito do conteúdo**, sugestões de pessoas para escrever os textos, referências de imagens, tamanho, formato e materiais de impressão.

Artistas jovens podem fazer uma publicação com um **recorte específico** ou uma intenção assertiva, mas uma publicação monográfica faz mais sentido quando o artista tem um corpo de trabalho mais maduro.

PASSO 2: ORGANIZE A PRODUÇÃO

Sua publicação deve considerar que:

- Uma publicação requer imagens das obras com qualidade plástica e alta definição; é preciso registrar o nome do fotógrafo
- As fichas técnicas completas da obra não podem faltar, incluindo a sua localização
- Se a obra já foi vendida, os proprietários devem ser informados de que ela vai constar na publicação. Isso significa que é preciso dar o crédito

correto para a coleção (o proprietário prefere “Coleção Nome Sobre-nome, Cidade, País” ou “Coleção Particular, Cidade, País”?) e enviar um exemplar para cada proprietário quando o livro sair.

PASSO 3: ORGANIZAR E TRADUZIR TEXTOS

Uma publicação requer textos sobre a obra do artista, por isso é bom ter esse material preparado. Deve-se traduzir os textos (de preferência para o inglês) na medida em que forem publicados. Assim, quando fizer o livro, não haverá um grande gasto com tradução. Além disso, textos traduzidos são bem-vindos em canais como o site do artista e o da galeria (se for representado por uma) e para inscrições em residências artísticas internacionais.

PASSO 4: PREPARE AS IMAGENS

O livro pode apresentar imagens de exposições selecionadas para que se veja a obra no contexto em que foi apresentada pela primeira vez, por exemplo. É importante que cada mostra gere um arquivo com imagens da exposição montada, lista de obras, textos, materiais impressos (se for o caso), cópias de notas que tenham saído na imprensa.

PASSO 5: INCLUA DADOS CATALOGRÁFICOS

Criado em 1967 e oficializado como norma em 1972, o ISBN (sigla para *International Standard Book Number*) é um sistema que identifica numericamente os livros, segundo o título, o autor, o país e a editora, individualizando-os por edição.


Seu uso é obrigatório em todas as publicações, sobretudo se o artista pretende comercializá-las e distribuí-las. Essa obrigatoriedade é prevista na Lei do Livro Nº 10.753.

COMO OBTER O ISBN

- Vá até o site da [Agência Brasileira do ISBN](#) e se [cadastre como editor](#) (caso ainda não seja cadastrado). O cadastro poderá ser feito em seu nome, como pessoa física, ou em nome de sua empresa, como pessoa jurídica.

 <http://www.isbn.br/website/site/cadastro/inicio>

- Com o cadastro, peça o ISBN da publicação. As normas para a solicitação, bem como as explicações completas a respeito do código, estão no site do ISBN.
- Peça a ficha catalográfica da publicação por correio ou por e-mail. Verifique os valores na tabela de preços do site da Biblioteca Nacional.

 www.isbn.br/website/conteudo/pagina=23

Uma editora pode considerar que faz sentido publicar o livro e fazer uma proposta de parceria. Algumas casas editoriais pedem que o **artista pague** pela produção, edição, design e impressão e entrega de livros de alta qualidade para venda. Isso costuma garantir uma publicação de bom padrão, mas demanda investimento. Outras editoras cobram apenas os custos de impressão e fazem uma tiragem que é dividida com o artista – ele fica com uma parte para distribuição ou venda próprias e a editora, com o restante para cobrir os custos de edição.

→ FICA A DICA

Se o artista trabalha com instituições, museus ou galerias interessados em promover seu trabalho, pode propor que custeiem parte da impressão em troca de parte da tiragem.

PASSO 6: CUIDE DA ARMAZENAGEM E DA DISTRIBUIÇÃO

Caso o processo seja feito com uma editora, o artista não deverá se preocupar com ele. Mas, se decidir agir sozinho, deve contratar um **produtor gráfico** para assegurar a qualidade da impressão.

Também será preciso pensar desde o início na **distribuição** e na **armazenagem** dos exemplares ainda não vendidos. Dependendo do tamanho da

publicação e da quantidade impressa, pode-se ter um volume grande demais para ser guardado, e a armazenagem incorreta pode danificar os exemplares.

Quanto aos canais de **distribuição**, são os lugares e formas de venda. Há uma grande **operação logística** para levar o livro até o consumidor final. No Brasil, isso pode ser feito de diferentes formas, dependendo do modo de atuação do artista: se independente ou atrelado a uma editora.

Mesmo que o artista produza o livro de forma independente, há maneiras de contar com apoio externo na distribuição. Existem editores independentes no Brasil e no mundo que fazem isso.



O QUE FAZ A DISTRIBUIDORA?

○ A distribuidora de livros é uma empresa especializada em oferecer e **vender livros para livrarias**. Elas já possuem uma estrutura de vendedores e uma rede de livrarias como clientes. A parceria se dá por meio de um **contrato** entre o artista e a distribuidora: é preciso verificar as cláusulas antes de assinar e conferir se a proposta é vantajosa ou não. As margens de **comissão** costumam chegar a **60% do valor do livro**, que é consignado, e o pagamento é realizado entre 30, 60 ou mesmo 90 dias depois de o livro ser vendido na livraria.

VENDA INDEPENDENTE

O ARTISTA PODE diversificar e multiplicar seus canais de distribuição e venda: galerias, loja de museus, feiras independentes de livros, as próprias feiras de arte etc. A vantagem é que esses são o principal ponto de contato dos interessados pela obra do artista, facilitando a venda. A desvantagem é o tempo que consome para coordenar individualmente cada processo.

O artista deve ter uma boa organização para não perder o controle do lugar onde estão os livros e dos pagamentos que precisam ser feitos. Além

disso, há cada vez mais a possibilidade de vender por *e-commerce* ou mesmo pelos sites pessoais. O artista também pode usar as redes sociais para alavancar as vendas.

Se o artista se organiza desde cedo, o trabalho de reunir todo o material – bem como a definição dos fatores que envolvem a produção do início ao fim – torna-se muito mais facilitado.



○ **ATENÇÃO!**

Se o artista decidir trabalhar com um editor independente, é importante que essa pessoa também seja responsável pela captação e por fazer contato com as editoras para a publicação do livro. O produtor deve ser tão responsável quanto o artista.

8. Arte aplicada, licenciamento e indústria criativa

O termo “indústria criativa” é recente, e define as atividades que têm como ponto essencial a criatividade e o talento individual aplicados para geração de riqueza e de empregos por meio, principalmente, da exploração da propriedade intelectual. Assim, o artista pode usar sua criatividade para a criação de objetos, projetos e produtos, ou autorizar o uso por terceiros, o que gerará o pagamento de royalties, ou seja, receita pelo licenciamento de direitos.

A expansão das atividades das indústrias criativas tem conexão direta com o desenvolvimento e o acesso tecnológicos que permitem barateamento e otimização da produção criativa. E com as novas mídias que geram possibilidades de exploração, vendas e distribuição das obras e de produções culturais, sem as limitações, por vezes proibitivas, de território, logística, replicação e públicos.

A distribuição digital das obras, a criação de objetos com arte aplicada, a conexão com diversos públicos, fornecedores e contatos possibilitam a geração de remuneração com o licenciamento do uso da imagem das obras e com ideias criativas prontas (um objeto especial, por exemplo).

O licenciamento significa que o uso da imagem de uma obra existente ou criada sob encomenda será liberada (autorizada) para aplicação em um produto, em uma propaganda, em uma ideia de um terceiro, e gerará para o artista o pagamento de percentual sobre a venda de obras ou de imagens. O licenciamento, quando bem planejado e negociado, pode resultar não apenas em recursos financeiros, mas em divulgação, popularização da obra, reconhecimento e aumento de público.

É uma possibilidade interessante, portanto, o artista considerar como uma das suas formas de receita a criação de obras e projetos que possam gerar ganho de subprodutos, da distribuição por canais diversificados, de licenciamento de conteúdo, de arte aplicada, de objetos de design, e não apenas da venda direta da obra em si.

OPERA

CIONA

LIZA

ÇÃO

1 Pessoa jurídica x pessoa física

Qual é a diferença?

QUALQUER UM, ao nascer, já é considerado pessoa física (PF), mesmo que não tenha o Cadastro de Pessoa Física (CPF), documento emitido pela Receita Federal para identificar os contribuintes. A pessoa jurídica (PJ), por sua vez, é um indivíduo ou um conjunto de pessoas reconhecido pelo Estado como detentor de direitos e deveres.

A diferença entre a pessoa física e a pessoa jurídica é que, enquanto a primeira se refere a um indivíduo concreto, um ser humano, a segunda representa um sujeito abstrato, como as empresas, as associações e as administrações públicas, entre outros.

Uma pessoa jurídica de direito privado (associações, sociedades, fundações, organizações religiosas, partidos políticos, empresas individuais de responsabilidade limitada) propõe-se a finalidades específicas definidas no momento de seu registro. Ao registrar uma PJ, recebe-se um número único que a identifica junto à Receita Federal Brasileira. É o chamado Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ).

Um indivíduo pode realizar diversas atividades profissionais como autônomo, ou seja, sem a necessidade de um CNPJ para regular as relações de trabalho e fazer cumprir os deveres junto ao Estado.

Saber o momento de se formalizar é importante e faz parte do planejamento de carreira.

Como trabalham os artistas?

40,1%

são profissionais autônomos

14,5%

possuem emprego fixo no setor público

4,2%

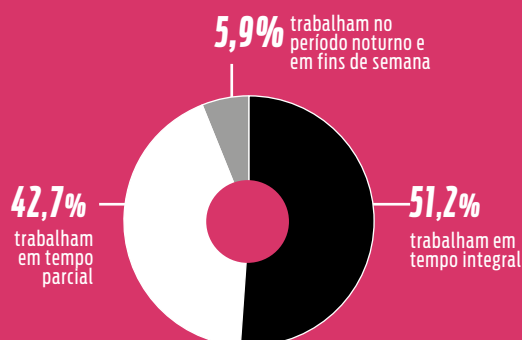
têm emprego fixo no setor privado

As outras funções que os artistas mais exercem são:

professor
pesquisador
curador

montador de exposições
gestor/produtor cultural

Dedicação à sua produção artística



Fonte pesquisa própria

Planejando virar PJ

3 FATORES A SEREM CONSIDERADOS ANTES DE SE OPTAR PELO REGISTRO EM PESSOA JURÍDICA:

- A frequência das suas transações comerciais (seja por prestação de serviço ou comercialização de objetos).
- A exigência de formalização feita por quem contrata mão de obra.
- Faturamento.

FORMATOS

Além do microempreendedor individual (MEI), que tem um formato fixo de faturamento e tributação, as empresas podem ter outras formas de estabelecimento jurídico, que demandam um conjunto de escolhas e combinações que passam pelos seguintes aspectos:

TIPO SOCIETÁRIO

Determina o modo como é organizada a empresa em torno de seus sócios e estabelece suas responsabilidades com o empreendimento. Neste ponto, temos: empresário individual (EI), empresa individual de responsabilidade limitada (Eireli), sociedade empresarial de responsabilidade limitada (Ltda.) e sociedade anônima (S.A.).

PORTE POR FATURAMENTO

Classifica as empresas por faixa bruta de faturamento anual. A saber: microempreendedor individual (MEI) até R\$ 81.000; empresa de pequeno porte (EPP) até R\$ 360.000; microempresa (ME) entre R\$ 360.000 e R\$ 4.800.000.

ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO

Simples nacional (Sistema Integrado de Pagamento de Impostos e Contribuições das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte), lucro presumido e lucro real.

 **OBSERVAÇÃO** tabela na [página 98](#)

Características da pessoa física

QUAL É A VANTAGEM?

A grande vantagem de ser pessoa física (PF) é a **isenção de impostos** quando o artista recebe valor inferior a **R\$ 1.903,99** por mês. Acima desse valor são aplicadas as alíquotas de imposto de renda (IR) de acordo com a tabela PF, que podem chegar até 27,5%.

Fonte de renda dos artistas

64,9%

combinam recursos ganhos com a produção artística e de outra atividade remunerada

20,5%

compõem a renda entre ganhos com a produção artística e ajuda recebida da família ou de outra fonte

11,9%

vivem totalmente de recursos advindos da produção artística

1,7%

são totalmente financiados pela família

Fonte pesquisa própria

Tipo / Categoria	Enquadramento/Faturamento Anual				
	PF	MEI	ME	EPP	Nor
PF [nota fiscal PF]	Até R\$ 2.000				
PF [RPA]	Até R\$ 2.000				
PJ [Microempreendedor Individual-MEI]		Até R\$ 81 mil/ano			
PJ [Empresário Individual]			Até R\$ 360 mil/ano	Até R\$ 4,8 milhões	Por ou fatu acim R\$
PJ [EIRELI]			Até R\$ 360 mil/ano	Até R\$ 4,8 milhões	Por ou fatu acim R\$
PJ [Sociedade limitada]			Entre R\$ 360 mil e R\$ 4,8 milhões		
Impostos	Até R\$ 4,8 milhões	Por opção ou com faturamento acima de R\$ 4,8 milhões Pagamento dos impostos mensal por meio de guia com valor fixo	Dois ou mais sócios Necessário optar pelo Simples Nacional	Simples nacional, lucro presumido ou lucro real	Jun e p feit de

	Sócio/Titular	Opções tributárias	Onde formalizar	OBS
ormal				
	Não se aplica			
	Não se aplica			
	Um titular	Simples nacional	Portal do Empreendedor	A PF se coloca como titular e responde de forma ilimitada pelos débitos do negócio. Os patrimônios de empresa e empresário se misturam.
opção com juramento ma de 4,8 milhões	Um titular	Simples nacional, lucro presumido ou lucro real	Junta comercial e processo feito por meio de contador	
opção com juramento ma de 4,8 milhões	Um titular	Simples nacional, lucro presumido ou lucro real	Junta comercial e processo feito por meio de contador	O empresário responde sobre o valor do capital social da empresa. É necessário ter capital social de 100 vezes o salário mínimo vigente.
Junta comercial processo feito por meio de contador	Os sócios respondem sobre o valor do capital social da empresa. Sem valor mínimo de capital.			



PAGAMENTOS E IMPOSTOS

Como pessoa física, o artista pode emitir notas fiscais (NF) ou trabalhar como autônomo, por meio do Recibo de Pagamento de Autônomo (RPA).

Nota fiscal (NF)

Para emitir uma NF, é preciso consultar a prefeitura da cidade onde você mora e checar as condições para que isso aconteça. Em São Paulo, por exemplo, quem se cadastra na prefeitura fica isento dos 5% do ISS.

Recibo de Pagamento de Autônomo (RPA)

Se decidir trabalhar como autônomo com RPA, os impostos serão recolhidos na fonte por quem vai efetuar o pagamento, ou seja, o tomador de serviço ou cliente.

O valor do recolhimento de impostos varia de acordo com o total a ser pago. Em geral, a contribuição do Instituto Nacional do Seguro Social (INSS) vai de 11% a 20% (em alguns casos, é preciso ter no mínimo dez meses seguidos de contribuição

para obter os benefícios) e o IR varia conforme a tabela progressiva abaixo.

Se o trabalho do artista for classificado como serviço, pode haver incidência de Imposto Sobre Serviço (ISS), com alíquotas que vão de 2% a 5% do valor total.

Ainda com relação ao RPA, o pagamento de ISS está condicionado ao cadastro na prefeitura, e o cadastro – documentos necessários, taxas, isenções, Taxa de Fiscalização de Estabelecimentos (TFE) – varia de acordo com o município.

Para os que moram na cidade de São Paulo, as regras se encontram no site da prefeitura:

www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/fazenda/servicos/iss/index.php?p=5845

COMO CALCULAR O IMPOSTO DE RENDA

Receitas do mês

—

Despesas profissionais
dedutíveis no mesmo mês

=

Rendimento líquido profissio-
nal sujeito ao imposto de renda

PARA SABER QUAL parte dos seus rendimentos estão sujeitos ao imposto de renda, deduza dos seus ganhos as despesas que estejam **relacionadas ao exercício da profissão** e autorizadas pela Receita Federal. São **despesas profissionais**: aluguel e condomínio, funcionários, energia elétrica, telefone, água e todo material usado no exercício profissional.

Quanto **maior o rendimento líquido**, maiores são os impostos e as **vantagens** de deixar a autonomia para abrir uma empresa, ou seja, tornar-se

uma **pessoa jurídica**. Essas duas opções – emitir NF ou RPA – custam mais ao artista do que se tornar um micro-empendedor individual (MEI), pois a lei ainda não criou benefícios e incentivos para a legalização do autônomo. Um contador poderá orientar sobre como realizar o processo.

BASE DE CÁLCULO MENSAL EM R\$	ALÍQUOTA %	PARCELA A DEDUZIR DO IMPOSTO
De 1.903,99 até 2.826,65	7,5	R\$ 142,80
De 2.826,66 até 3.751,05	15,0	R\$ 354,80
De 3.751,06 até 4.664,68	22,5	R\$ 636,13
Acima de 4.664,68	27,5	R\$ 869,36

OBRA DE ARTE É TRIBUTADA?

Sim. As obras de arte são consideradas mercadorias. Por isso, em princípio, sua venda é tributada com **alíquota média de 18%** – é uma média, porque o percentual varia de estado para estado. Vale lembrar que existe **isenção de ICMS** (Imposto de Circulação de Mercadorias) para vendas de obras de arte realizadas pelo próprio artista (Convênio ICMS 59/91), quando ele é pessoa física.

PRECISO REGISTRAR O QUE RECEBO?

Sim. Quem opta pelo trabalho **autônomo** fica sujeito a fazer um controle chamado **livro caixa**, que é obrigatório sempre que uma pessoa física recebe rendimentos de outra pessoa física. O livro caixa nada mais é do que o **registro** de todas as **receitas e despesas**, mês a mês. Vários **aplicativos** gratuitos ajudam a fazer esse controle.

POSSO TER EMPREGADOS?

O artista autônomo que deseje contratar um colaborador deverá apurar e recolher todos os **tributos** devidos. É obrigação do autônomo gerar e emitir as **Guias de Recolhimento do INSS**, além de apresentar, com conformidade e concordância, os dados necessários para o **carnê do IRPF**, para manter-se em conformidade com os órgãos competentes do fisco. Consulte um contador para tirar dúvidas e saber como ficar em dia como profissional autônomo.

PONTOS DE ATENÇÃO

Trabalhar na **informalidade** significa **abrir mão** de uma série de **benefícios sociais** como: aposentadoria, auxílio doença, auxílio maternidade, auxílio reclusão e pensão por morte. Esses benefícios são oferecidos pela Previdência Social e, se não há contribuição, não há direito a eles.

Pela impossibilidade de comprovar renda, também é mais difícil receber **recursos de editais públicos** (até mesmo a inscrição em alguns é dificultada, o que obriga o artista a contratar uma produtora para entrar como proponente), vender ou prestar serviços para o governo, além de acessar empréstimos em instituições financeiras.

QUANDO É HORA DE VIRAR PJ?

Caso o artista tenha um grande volume de vendas mensais, é conveniente que abra uma empresa, pois, como PJ, a carga tributária inicial é mais baixa. Mas isso só é vantajoso quando há um faturamento mensal que justifique todo o processo de abertura de empresa, já que, a partir do momento em que se abre uma empresa, deve-se fazer acompanhamento mensal e ser assessorado por um contador, o que implica trabalho e custo.

Características da pessoa jurídica

QUAL É A VANTAGEM?

São muitas as vantagens de se tornar PJ quando o faturamento mensal supera o valor que permite isenção fiscal. Além dos **tributos menores**, há vantagens no que se refere ao pagamento dos impostos e benefícios, ao acesso a crédito bancário, à participação em **editais** públicos e até mesmo na **venda das obras**.

PAGAMENTOS E IMPOSTOS

MEI OU SIMPLES?

O MEI é a única configuração que tem um modelo fixo que classifica o por-

te da empresa e determina a forma de tributação, por isso seu processo é bastante simplificado. O enquadramento no simples nacional é mais complexo. Como PJ, a alíquota inicial, em alguns casos, é de 4%, mas pode ultrapassar 20%, conforme o faturamento aumenta. O melhor enquadramento para artistas, tanto na opção MEI quanto nas opções do simples nacional, será indicado mais adiante.

De todo modo, o enquadramento de cada empresa depende da atividade que ela realizar. Recomendamos que acesse o [site do Planalto](#) para ler tanto a Lei Complementar nº 155 como a Lei Complementar nº 123 atualizadas.

Confira quanto um artista pagaria em tributos em seis diferentes situações como PF e PJ.

Cálculo de impostos incidentes para diferentes enquadramentos	Pessoa física		Pessoa jurídica			
	NF PF / RPA	MEI	Simples nacional			Empresa no lucro presumido
			Como artista plástico	Como comércio de obras de arte	Como produtor cultural	
Venda de obra no valor de R\$ 2.000	R\$ 320*	R\$ 53,70	R\$ 310	R\$ 80	R\$ 120	R\$ 326,60
Venda de obra no valor de R\$ 8.000	R\$ 2.180,89*	R\$ 53,70	R\$ 1.240	R\$ 320	R\$ 480	R\$ 1.306,40
Venda de obra no valor de R\$ 20.000	R\$ 6.080,89*	R\$ 53,70	R\$ 3.100	R\$ 800	R\$ 1.200	R\$ 3.266
Prestação de serviço no valor de R\$ 500	R\$ 80*	R\$ 53,70	R\$ 77,50	R\$ 20	R\$ 30	R\$ 81,65
Prestação de serviço no valor de R\$ 1.500	R\$ 240*	R\$ 53,70	R\$ 232,50	R\$ 60	R\$ 90	R\$ 224,95
Prestação de serviço no valor de R\$ 5.000	R\$ 1.165,12 *	R\$ 53,70	R\$ 775	R\$ 200	R\$ 300	R\$ 816,50

*Cálculo de impostos incidentes para emissão de RPA	RPA	INSS	ISS	IRRF	LÍQUIDO A RECEBER
Venda de obra no valor de R\$ 2.000	R\$ 2.000	R\$ 220	R\$ 100	R\$ 0	R\$ 1.680
Venda de obra no valor de R\$ 8.000	R\$ 8.000	R\$ 621,03	R\$ 400	R\$ 1.159,86	R\$ 5.819,11
Venda de obra no valor de R\$ 20.000	R\$ 20.000	R\$ 621,03	R\$ 1.000	R\$ 4.459,86	R\$ 13.919,11
Prestação de serviço no valor de R\$ 500	R\$ 500	R\$ 55	R\$ 25	R\$ 0	R\$ 420
Prestação de serviço no valor de R\$ 1.500	R\$ 1.500	R\$ 165	R\$ 75	R\$ 0	R\$ 1.260
Prestação de serviço no valor de R\$ 5.000	R\$ 5.000	R\$ 550	R\$ 250	R\$ 365,12	R\$ 3.834,88



OBSERVAÇÃO

O cálculo correto do imposto na modalidade simples nacional envolve o faturamento acumulado da empresa. Aqui, utilizamos a alíquota inicial, sem considerar o acumulado, já que é um caso fictício, criado apenas para servir como exemplo. Para saber como calcular os impostos, **leia o texto sobre o novo simples nacional neste guia.**

O que pode ou não ser feito em cada tipo de empresa

	Enquadramento				
	PF [NF/RPA]	MEI	ME	EPP	Normal
Venda de uma obra de arte	pode	pode	pode	pode	pode
Aulas ou cursos	pode	pode	pode	pode	pode
Palestras	pode	pode	pode	pode	pode
Seminários	pode	pode	pode	pode	pode
Curadoria	pode	não pode	pode	pode	pode
Assistência para artista	pode	não pode	pode	pode	pode
Montagem de obras	pode	não pode	pode	pode	pode
Redação de Texto	pode	não pode	pode	pode	pode

PONTOS DE ATENÇÃO

As obrigações como PJ são maiores do que como PF. O controle precisa ser rígido para evitar problemas e multas.

A partir do momento em que há obrigações fiscais, é importante estar a par dos impostos que a empresa deve pagar e qual é o tipo de regime. E, é claro, manter os pagamentos em dia. Neste caso, a tributação no simples nacional ajuda muito, pois é menos complicada que em outros regimes, com pagamento unificado de tributos.



FICA A DICA

CONTRATE UM CONTADOR

Mesmo que o artista acompanhe de perto e faça um controle primoroso da sua empresa, isso não o desobriga a contratar um **contador**. Toda pessoa

jurídica é obrigada a fazer uma série de controles contábeis mensais por meio do balanço patrimonial. Esses controles precisam ser acompanhados por um contador para que os balanços mensais e anuais sejam feitos de forma correta.

O QUE FAZ O CONTADOR?

- É a interface entre a empresa e o Fisco.
- Informa-se sobre as leis que dizem respeito ao patrimônio das pessoas jurídicas.
- Estipula datas e prazos dos impostos que a empresa deve pagar.
- Calcula valores de guias.
- Emite notas fiscais.

Contratar com um contador não isenta o artista da responsabilidade de manter os controles bancários, emitir notas e monitorar entradas e saídas de receita, que devem ser informadas ao seu contador. A gestão financeira faz parte da carreira; se não pode fazê-la, delegue a alguém de confiança.

2. Como virar pessoa jurídica

Por que virar PJ?

A PARTIR DOS ANOS 2010, algumas galerias de arte mudaram sua forma de trabalho, passando a atuar como prestadoras de serviço. Nesse esquema, elas emitem uma nota fiscal (NF) referente à metade (50%) do que recebem em uma venda como serviço prestado (intermediação). O restante (outros 50%) constam da NF emitida pelo artista diretamente para o comprador. Isso reduziu o volume de impostos pagos pelas galerias.

Alguns artistas, então, decidiram se estabelecer como empresa no simples nacional (microempresa ou empresa de pequeno porte). Quem não podia arcar com os custos se firmou como microempreendedor individual (MEI), mecanismo criado pelo governo federal, em 2009, para formalizar o trabalhador informal.

MEI

LIMITE DE FATURAMENTO

Essa categoria é indicada para artistas que faturam até **R\$ 81.000** ao ano (ou **R\$ 6.750 ao mês**).

Ao iniciar as atividades como MEI, faça as contas para não ultrapassar o limite de faturamento, que é proporcional aos meses trabalhados.

EXEMPLO

Para o MEI que efetuou o registro em julho, por exemplo, o limite de faturamento para o ano será de

$$6 \text{ MESES} \times \text{R\$ } 6.750 = \text{R\$ } 40.500$$

Frações de meses devem ser consideradas como um mês inteiro.

Fonte Resolução CGSN nº 140/2018, art. 100, §1º

Se o teto de faturamento for ultrapassado, o contribuinte será desqualificado como MEI e passará, a partir da data de início dos efeitos do desqualificação, a recolher tributos pela regra do simples nacional, como microempresa ou empresa de pequeno porte. A mudança é automática, sem notificação prévia de nenhum órgão. Por isso o controle de notas emitidas e entradas e saídas de receita é tão importante.

Se o faturamento ultrapassar até 20% do teto permitido para um MEI, o negócio migra de categoria a partir do ano-calendário seguinte, ou seja, a partir de 1º de janeiro do ano subsequente.

Se o faturamento passar em 20% ou mais o teto, a empresa é desqualificada do MEI no ato. Isso pode aumentar até 3 vezes seu custo tributário, além de acarretar em multas e juros retroativos – todas as contas do ano corrente devem ser revistas.

PRECISO REGISTRAR O QUE RECEBO?

Sim. O descontrole financeiro pode levar a dívidas e a problemas com a Receita Federal. Para evitar que isso ocorra, guarde de maneira sistemática as informações sobre as vendas que você fez e os serviços que prestou, para quem e por quanto. É importante saber separar o faturamento (receita bruta) e os custos (gastos fixos e despesas pontuais) para saber qual foi o lucro do negócio no período. Essa organização é importante para elaborar a declaração de imposto de renda e para controlar o teto de faturamento da empresa conforme as regras do MEI.

BENEFÍCIOS

O MEI TEM DIREITO A:

AUXÍLIO-DOENÇA E APOSENTADORIA POR INVALIDEZ

Desde que tenha ao menos 12 meses de contribuição, a contar do primeiro pagamento em dia. É importante saber que, nos casos de acidente de qualquer natureza ou de doenças especificadas em lei, os benefícios independem de carência.

APOSENTADORIA POR IDADE

60 anos para mulheres, 65 anos para homens com pelo menos 15 anos de contribuição.

APOSENTADORIA POR TEMPO DE CONTRIBUIÇÃO

Mínimo de 30 anos para mulheres e 35 anos para homens.

LICENÇA-MATERNIDADE

A lei prevê o depósito de um valor por 120 dias pelo INSS em caso de gravidez ou adoção. Para isso, é preciso ter, pelo menos, 10 meses de contribuição para o INSS.

O MEI que tem um funcionário deve recolher mensalmente o FGTS com alíquota de 8% sobre o valor do salário pago, preencher e entregar a Guia de Recolhimento do FGTS e de Informações à Previdência Social (GFIP) à Caixa Econômica Federal até o dia 7 do mês seguinte àquele em que o salário foi pago. Essa atividade deve ser feita todos os meses.

Os pagamentos devem ser efetivados por meio da Guia do FGTS e entregues por meio do sistema online Conectividade Social, da Caixa.

Para isso, o MEI deve ter um contador: por conta da nova obrigação acessória trabalhista, informações erradas geram multas altas. Vale a pena acessar o Portal do Empreendedor-MEI e olhar a relação de escritórios de contabilidade que fazem atendimento gratuito ao MEI. Para visualizar a relação, acesse o [Portal Empreendedor](#) no item "[Escritórios de Contabilidade para o MEI](#)". Estes escritórios estão obrigados a efetuar, gratuitamente, a formalização do MEI e entrega da primeira declaração apenas.

POSSO TER EMPREGADOS?

Sim. Como MEI, o artista pode contratar no máximo um funcionário registrado pelo salário mínimo. Esse único funcionário terá direito aos mesmos benefícios, além do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS), auxílio-doença e aposentadoria por invalidez, aposentadoria por idade, por tempo de contribuição e licença-maternidade, por gravidez ou adoção. O funcionário deve estar registrado e seu custo total para a empresa inclui o salário base acordado, mais os tributos incidentes sobre ele (3% para o INSS e 8% de FGTS sobre o salário).

TRIBUTOS E OBRIGAÇÕES

O MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL (MEI) é enquadrado no simples nacional e fica isento dos seguintes tributos federais: imposto de renda (IR), Programa de Integração Social (PIS), Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (Cofins), Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) e Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL).

Todos os meses, o MEI deve ficar atento às responsabilidades fiscais e tributárias. Os impostos a pagar são o INSS, o ICMS e o ISS. Abaixo, a tabela para o ano de 2018:

MEIs - Atividade	INSS	ICMS/ISS	Total
Comércio e Indústria - ICMS	R\$ 47,70	R\$ 1	R\$ 48,70
Serviços - ISS	R\$ 47,70	R\$ 5	R\$ 52,70
Comércio e Serviços - ICMS e ISS	R\$ 47,70	R\$ 6	R\$ 53,70

OBRIGAÇÕES

NOTAS FISCAIS

São obrigatórias apenas para a prestação de serviços ou vendas para pessoas jurídicas (PJ). A lei dispensa a emissão de nota fiscal para pessoas físicas, mas isso não significa que esse recebimento não deva ser declarado.

DECLARAÇÃO ANUAL SIMPLIFICADA

Assim como as pessoas físicas (PF) precisam fazer a declaração de imposto de renda, as pessoas jurídicas devem entregar a Declaração Anual Simplificada. É simples fazê-la no site da Receita Federal. Deve-se preencher o valor total da receita bruta obtida no ano anterior e indicar se houve ou não registro de funcionários. Aqui, o relatório mensal de receitas brutas mostra todo o seu valor.

Não perca o prazo – **geralmente, o limite é 31 de maio**. Caso contrário, será preciso pagar multa e você corre o risco de, futuramente, ter o CNPJ cancelado. O empreendedor que optar pelo MEI fica dispensado das obrigações de escriturar livros contábeis e fiscais.



<http://www.portaldoempreendedor.gov.br>



ATENÇÃO!

Relatório mensal de receitas brutas Não é uma obrigação, mas o hábito de preencher o documento todo mês pode facilitar a vida do microempreendedor individual (MEI). No [Portal do Empreendedor](#), há um modelo do relatório. Nele, devem constar todas as receitas brutas do mês anterior.

PREPARAÇÃO

ANTES DE VIRAR MEI, AVALIE

OS SEGUINTE PONTOS:

- A formalização como MEI pode cancelar algum **benefício previdenciário** já recebido pelo artista, como salário-maternidade ou auxílio-doença.
- Se você for **sócio** de outra empresa não é possível virar MEI.
- Se você for **servidor público**, pesquise se a sua legislação permite a formalização como MEI.

DOCUMENTOS NECESSÁRIOS

- CPF
- Título de eleitor ou recibo da última declaração do imposto de renda (caso tenha declarado nos últimos dois anos)
- CEP da residência ou local onde exercerá a atividade
- Número de telefone ativo



ATENÇÃO!

Quem ficar mal enquadrado nessa modalidade estará em situação irregular perante a Receita Federal, o que pode implicar em multa. Se o fiscal entender a falha como sonegação de impostos, a multa pode chegar até 150 vezes o valor supostamente sonegado.

FALE COM O CONTADOR

Se você tiver de mudar de categoria, peça a assessoria de um contador para não correr o risco de sofrer penalidades. Se não puder arcar com os custos, busque um profissional que atenda MEI de graça. A Lei Complementar LC 123/06 garante a atuação de contadores socialmente responsáveis, que prestam serviço gratuito aos MEIs e podem ajudar a fazer o desenquadramento do MEI para microempresa, se for preciso. Saiba mais no site do [Portal do Empreendedor-MEI](#).

O QUE É CNAE?

A Classificação Nacional de Atividade Econômica (CNAE) é o código padronizado em todo o país para o cadastro e registro de empresas e atividades na administração federal, estadual e municipal. O artista como MEI deve ter sua empresa enquadrada no CNAE 4789-0/03 (Comércio varejista de objetos de arte).

 Onde tirar mais dúvidas:
[Portal do Empreendedor](http://portaldoempreendedor.gov.br/)

DESENQUADRAMENTO

OS 5 CASOS EM QUE É NECESSÁRIO MUDAR DE MODALIDADE

1 - Quando **exceder**, no ano, o limite de **faturamento bruto anual de R\$ 81.000**. Nesse caso, a comunicação deve ser feita até o último dia útil do mês seguinte àquele em que foi registrado o excesso. Isso produz efeitos variados de desenquadramento, de acordo com o valor ultrapassado: até 20%, efeito no ano-calendário subsequente e mais de 20%, efeito imediato e retroativo.

2 - Deixar de atender a qualquer uma das **condições** previstas nos incisos de I a IV do caput do art. 100, da Resolução CGSN nº 140/2018, para condição de MEI – CGSN é a sigla para Comitê Gestor do Simples Nacional. Aqui, a comunicação deve ser feita até o último dia útil do mês posterior ao da ocorrência. Isso produz efeitos a partir do mês seguinte ao da situação impeditiva.

3 - Incorrer em alguma das **situações** previstas **para a exclusão** do simples nacional, ficando o desenquadramento sujeito às regras do art. 81 da **Resolução CGSN nº 140**, de 2018.

4 - Falhar na declaração de **IR (PJ e PF)**. Mesmo sendo MEI, você precisa **fazer duas declarações**, a sua pessoal e a da empresa. Veja abaixo:

DECLARAÇÃO PJ

DASN

Incluir:

- Receitas brutas, vendas ou serviços prestados no período [anterior]

DECLARAÇÃO PF

IRPF

Incluir:

- Receitas
- Custos
- Lucro auferido

5 - Não pagar o Documento de Arrecadação do Simples Nacional (DAS) em dia: o MEI requer pagamento mensal. Caso fique mais de dois anos sem quitar o **DAS** ou sem apresentar a declaração de IR, seu CNPJ pode ser automaticamente cancelado



ATENÇÃO

Ninguém é obrigado a se filiar a nenhuma instituição, associação ou sindicato, ou mesmo pagar qualquer boleto que chega pelos Correios. Caso alguma cobrança chegue até você, entre em contato com os canais de atendimento do MEI e verifique se ela é devida.

MAIS INFORMAÇÕES:

- Portal do Empreendedor:
www.portaldoempreendedor.gov.br/
- Sebrae – MEI:
<https://goo.gl/zusPLD>

Simplex nacional

PARA QUEM É

O artista estabelecido como micro-empendedor individual (MEI) que ultrapassar o teto de faturamento anual da categoria, de R\$ 81 mil, deve migrar por lei para o enquadramento simples nacional. Nessa nova categoria, pode atuar como empresa de pequeno porte (EPP, até R\$ 360 mil de receita anual) ou microempresa (ME, até R\$ 4,8 milhões faturados por ano).

O artista pode trabalhar sozinho (Empresário Individual ou Eireli) ou, no caso de um coletivo de artistas, com sócios (sociedade limitada). Essas sociedades empresárias, simples ou empresários individuais dispõem de benefícios fiscais e tratamento jurídico, administrativo, previdenciário e trabalhista simplificados (Lei Complementar nº 123/06) para estimular seu desenvolvimento e suas atividades.

Atividades que o artista pode exercer no Simplex nacional

CNAE	Denominação	Qual anexo utiliza para calcular os impostos	Alíquota inicial*
9002-7/01	Atividades de artistas plásticos, jornalistas independentes e escritores Esta subclasse compreende: • as atividades de artistas plásticos, escultores, pintores • as atividades de criadores de desenho animado, gravadores etc. • as atividades de escritores de todos os tipos de assuntos, inclusive técnicos • as atividades de jornalistas independentes	Anexo V	15,5%
47890/03	Comércio varejista de obras de arte	Anexo I	4%
9001-9/99	Atividade de produtor cultural Enquadram-se nesta atividade: • Curadoria e crítica de arte • Assistência para artistas • Montagem de exposições • Gestor e produtor cultural	Anexo III	6%
8592-9/99	Ensino de arte e cultura não especificado anteriormente Enquadram-se nesta atividade: • Aulas e cursos (esporádicos) • Palestras e seminários • As atividades de professor	Anexo III	6%
7490-1/01	Serviços de tradução, interpretação e similares Se enquadram nesta atividade: • Tradução de textos • Revisão de textos	Anexo V	15,5%
7220-7/00	Pesquisa e desenvolvimento experimental em ciências sociais e humanas Enquadram-se nesta atividade: • As atividades de pesquisador	Anexo V	15,5%

LIMITE DE FATURAMENTO

É variável – confira nos anexos I, III e V.

BENEFÍCIOS

O regime tributário simplificado do simples nacional oferece diversos benefícios:

- Tributação com **alíquotas favorecidas e progressivas** de acordo com a receita bruta obtida.
- **Recolhimento unificado** e centralizado de impostos e contribuições federais com a utilização de um único documento de arrecadação (DAS).
- **Dispensa** do pagamento das **contribuições previdenciárias** e aquelas instituídas pela União, destinadas ao chamado Sistema S (Sesc, Sesi, Senai, Senac, Sebrae e seus congêneres), bem como as relativas ao salário-educação e à Contribuição Sindical Patronal.
- **Dispensa da sujeição à retenção** na fonte de tributos e contribuições por parte dos órgãos da administração federal direta, das autarquias e das fundações federais.

- **Isenção dos rendimentos** distribuídos aos sócios e ao titular, na fonte e na declaração de ajuste do beneficiário, exceto os que corresponderem a pró-labore, aluguéis e serviços prestados, tendo como limite o saldo do livro caixa, desde que não ultrapasse a receita bruta.

TRIBUTOS E OBRIGAÇÕES

UMA DAS VANTAGENS do simples é que o artista pode ter, na mesma empresa, distintas atividades de diferentes naturezas, como prestação de serviço e comércio. Nesse caso, é uma empresa mista.

Quando emitir notas de serviço de artista plástico, as tributações incorrem segundo o anexo V. Com a venda de obras, que é uma atividade comercial, as tributações incorrem conforme o anexo I. Se o artista realiza “atividade de produção cultural”, é tributado pelo anexo III.

A empresa pode fazer comércio e prestação de serviço ao mesmo tempo nos enquadramentos Limitada, Eireli, Empresário Individual, que permitem mais de uma atividade. O que muda é que a empresa terá uma atividade como a principal e as demais como secundárias.

Anexo I - Empresas de comércio

	Receita bruta em 12 meses	Alíquota	Dedução do valor a ser recolhido
1ª faixa	Até R\$ 180.000	4%	0
2ª faixa	De R\$ 180.000,01 a R\$ 360.000	7,3%	R\$ 5.940
3ª faixa	De R\$ 360.000,01 a R\$ 720.000	9,5%	R\$ 13.860
4ª faixa	De R\$ 720.000,01 a R\$ 1.800.000	10,7%	R\$ 22.500
5ª faixa	De R\$ 1.800.000,01 a R\$ 3.600.000	14,3%	R\$ 87.300
6ª faixa	De R\$ 3.600.000,01 a R\$ 4.800.000	19%	R\$ 378.000

	Percentual de repartição dos tributos					
	IRPJ	CSLL	Cofins	PIS/Pasep	CPP	ICMS
1ª faixa	5,5%	3,5%	12,74%	2,76%	41,5%	34%
2ª faixa	5,5%	3,5%	12,74%	2,76%	41,5%	34%
3ª faixa	5,5%	3,5%	12,74%	2,76%	42%	34,5%
4ª faixa	5,5%	3,5%	12,74%	2,76%	42%	34,5%
5ª faixa	5,5%	3,5%	12,74%	2,76%	42%	34,5%
6ª faixa	13,5%	10%	28,27%	6,13%	42,1%	

Anexo III - Receitas de locação de bens móveis e de prestação de serviços não relacionados no o §5o c do art.18 desta lei complementar

	Receita bruta em 12 meses	Alíquota	Dedução do valor a ser recolhido
1ª faixa	Até R\$ 180.000	6%	0
2ª faixa	De R\$ 180.000,01 a R\$ 360.000	11,2%	R\$ 9.360
3ª faixa	De R\$ 360.000,01 a R\$ 720.000	13,5%	R\$ 17.640
4ª faixa	De R\$ 720.000,01 a R\$ 1.800.000	16%	R\$ 35.640
5ª faixa	De R\$ 1.800.000,01 a R\$ 3.600.000	21%	R\$ 125.640
6ª faixa	De R\$ 3.600.000,01 a R\$ 4.800.000	33%	R\$ 648.000

	Percentual de repartição dos tributos					
	IRPJ	CSLL	Cofins	PIS/Pasep	CPP	ICMS
1ª faixa	4%	3,5%	12,82%	2,78%	43,4%	33,5%
2ª faixa	4%	3,5%	14,05%	3,05%	43,4%	32%
3ª faixa	4%	3,5%	13,64%	2,96%	43,4%	32,5%
4ª faixa	4%	3,5%	13,64%	2,96%	43,4%	32,5%
5ª faixa	4%	3,5%	12,82%	2,78%	43,4%	33,5% (*)
6ª faixa	35%	15%	16,03%	3,47%	30,5%	0

(*) o percentual efetivo máximo devido ao ISS será de 5%, transferindo-se a diferença, de forma proporcional, aos tributos federais da mesma faixa de receita bruta anual. Sendo assim, na 5ª faixa, quando a alíquota efetiva for superior a 14,92537%, a repartição será:

faixa	IRPJ	CSLL	Cofins	PIS/Pasep	CPP	ISS*
5ª faixa com alíquota superior a 14,92537%	(alíquota efetiva - 5%) x 6,02%	(alíquota efetiva - 5%) x 5,26%	(alíquota efetiva - 5%) x 19,28%	(alíquota efetiva - 5%) x 4,18%	(alíquota efetiva - 5%) x 65,26%	percentual de ISS fixo em 5%

Anexo V - Receitas decorrentes da prestação de serviços relacionados no o §5o c do art.18 desta lei complementar

	Receita bruta em 12 meses	Alíquota	Dedução do valor a ser recolhido
1ª faixa	Até R\$ 180.000	15,5%	0
2ª faixa	De R\$ 180.000,01 a R\$ 360.000	18%	R\$ 4.500
3ª faixa	De R\$ 360.000,01 a R\$ 720.000	19,5%	R\$ 9.900
4ª faixa	De R\$ 720.000,01 a R\$ 1.800.000	20,5%	R\$ 17.100
5ª faixa	De R\$ 1.800.000,01 a R\$ 3.600.000	23%	R\$ 62.100
6ª faixa	De R\$ 3.600.000,01 a R\$ 4.800.000	30,5%	R\$ 540.000

	Percentual de repartição dos tributos					
	IRPJ	CSLL	Cofins	PIS/Pasep	CPP	ICMS
1ª faixa	25%	15%	14,1%	3,05%	28,85%	14%
2ª faixa	23%	15%	14,1%	3,05%	27,85%	17%
3ª faixa	24%	15%	14,92%	3,23%	23,85%	19%
4ª faixa	21%	15%	15,74%	3,41%	23,85%	21%
5ª faixa	23%	15,5%	14,1%	3,05%	23,85%	23,5%
6ª faixa	35%	15,5%	16,44%	3,56%	29,50%	0

O NOVO SIMPLES NACIONAL

O regime tributário simples nacional mudou em 2018. Novas atividades foram introduzidas, assim como novos limites de faturamento, além de alterações nas alíquotas.

Com a Lei Complementar nº 155, editada em outubro de 2017 e válida a partir de janeiro de 2018, deixou de ser aplicada uma alíquota simples sobre a receita bruta mensal. A alíquota cresceu e com um desconto fixo para cada faixa de enquadramento. Em outras palavras: algumas empresas tiveram aumento na carga tributária e outras, redução.

CÁLCULO DO IMPOSTO MENSAL

Para calcular, pegue a receita dos últimos 12 meses e multiplique pela alíquota indicada na tabela. Depois, também de olho na tabela, desconte o valor que deve ser deduzido. Divida tudo pela receita dos últimos 12 meses.

(Receita dos últimos 12 meses x Alíquota - Parcela a deduzir) x 100

÷ Receita dos últimos 12 meses

= Valor devido

ANTES DE COMEÇAR

CHAME UM CONTADOR

Abrir e gerenciar uma empresa envolve conhecimento técnico contábil, o que, para um artista, pode ser algo de outro mundo. Além de ser essencial no processo de abertura da empresa (a Inscrição Estadual só pode ser feita por um contador), um profissional especializado vai evitar que o artista seja multado ou tenha problema com obrigações acessórias e procedimentos contábeis mensais e anuais.

AS OBRIGAÇÕES DO CONTADOR SÃO:

- Reunir os documentos e entrar com o requerimento para o processo de abertura da empresa.
- Fazer a Inscrição Estadual na Secretaria Estadual da Fazenda, obrigatória para as empresas que trabalham com a produção de bens e/ou com venda de mercadorias.
- Solicitar o cadastro na Previdência Social e todo o aparato fiscal. Só depois de pronto e registrado o aparato fiscal, a empresa pode começar a operar legalmente.

ABRA UMA CONTA BANCÁRIA PESSOA EM NOME DE SUA PESSOA JURÍDICA

Toda empresa deve ter uma conta PJ, além da conta de pessoa física do seu proprietário. Artistas que atuam como MEI podem usar sua própria conta de PF, mas isso não é recomendado, até porque, se estourar o teto de faturamento, ele vai ter de mudar de categoria e precisará ter conta PJ. Pense no seu crescimento e **organize sua vida** profissional desde o início. Isso facilita o controle e evita a confusão entre gastos pessoais e profissionais e ajuda a comprovar o faturamento e calcular o imposto de renda.

OBRIGAÇÕES ACESSÓRIAS

As empresas optantes pelo simples nacional devem cumprir uma série de obrigações acessórias realizadas por um contador. Ele é responsável pela contabilidade mensal e entrega das obrigações acessórias, já que possui o conhecimento técnico e contábil para evitar erros e multas.

DECLARAÇÃO ÚNICA

A ME e a EPP optantes do simples nacional devem enviar pela internet, todos os anos, uma declaração única e simplificada de informações socioeconômicas e fiscais à Secretaria da Receita Federal do Brasil (RFB). O prazo é o último dia de março do ano-calendário que se segue ao da ocorrência dos fatos que são passíveis de impostos e contri-

buições. Com relação aos tributos não abarcados neste regime, a ME e a EPP no simples nacional deverão observar a legislação dos respectivos entes federativos quanto à prestação de informações e entrega de declarações.

EMISSÃO E ARQUIVAMENTO DE NOTAS FISCAIS

As empresas também são obrigadas a emitir documento fiscal de venda ou prestação de serviço, de acordo com instruções expedidas pelo Comitê Gestor do Simples Nacional (CGSN). E a guardar bem os documentos que fundamentaram a apuração dos impostos e contribuições devidos, assim como o cumprimento das obrigações acessórias relativas às informações socioeconômicas e fiscais, enquanto não decorrido o prazo decadencial e não prescritas as eventuais ações pertinentes.

LIVROS FISCAIS E CONTÁBEIS

As MEs e as EPPs optantes pelo simples nacional deverão adotar meios já validados para os fazer os registros e controles das operações e prestações, que são:

LIVRO CAIXA

No qual deverá estar escriturada toda a sua movimentação financeira e bancária.

LIVRO REGISTRO DE INVENTÁRIO

Do qual deverão constar registrados os estoques existentes no término de cada ano-calendário, quando contribuinte do ICMS.

LIVRO REGISTRO DE ENTRADAS

Modelo 1 ou 1-A, destinado à escrituração dos documentos fiscais relativos às entradas de mercadorias ou bens e às aquisições de serviços de transporte e de comunicação efetuadas a qualquer título pelo estabelecimento, quando contribuinte do ICMS.

LIVRO REGISTRO DOS SERVIÇOS PRESTADOS

Destinado ao registro dos documentos fiscais relativos aos serviços prestados sujeitos ao ISS, quando contribuinte do ISS.

LIVRO REGISTRO DE SERVIÇOS TOMADOS
Destinado ao registro dos documentos fiscais relativos aos serviços tomados sujeitos ao ISS.

LIVRO DE REGISTRO DE ENTRADA E SAÍDA DE SELO DE CONTROLE

Caso exigível pela legislação do Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI).

NOTA FISCAL ELETRÔNICA

A empresa que adote o sistema eletrônico de emissão de documentos fiscais ou de recepção eletrônica de informações poderá exigi-los de seus contribuintes optantes pelo simples nacional, observando os prazos e formas previstos nas respectivas legislações.

GUARDA DOS DOCUMENTOS

Os documentos fiscais relativos a operações ou prestações realizadas ou recebidas, bem como os livros fiscais e contábeis, deverão ser preservados em ordem, enquanto não decorrido o prazo decadencial e não prescritas as eventuais ações pertinentes.

PREPARAÇÃO

Diferente da categoria MEI, em que se pode abrir a empresa sozinho, de forma simplificada, para as empresas enquadradas no simples nacional o processo é mais complexo.

8 passos para abrir uma microempresa ou empresa de pequeno porte

1- O enquadramento como ME ou EPP deve ser feito com um protocolo de requerimento, elaborado por um contador e entregue às **Juntas Comerciais** ou **Cartórios de Registro Civil de Pessoas Jurídicas**.

2 - A empresa também precisa se cadastrar junto à **Caixa Econômica Federal**, no sistema Conectividade Social – INSS/FGTS, e obter autorização do Corpo de Bombeiros.

3 - Verifique se o **endereço** informado permite empresas, pois a prefeitura não autoriza atividade empresarial em área residencial.

4 - O **tempo para a abertura** da empresa varia de estado para estado. Leva de 15 a 40 dias corridos, em média. Algumas questões mudam de um lugar para outro, mas, de modo geral, o processo é composto por passos comuns como a consulta da viabilidade de abertura e o estabelecimento do aparato fiscal (autorização para impressão das notas fiscais e a autenticação de livros fiscais). Preços e prazos para abertura também variam de estado para estado.

5 - Abertura é feita por um escritório de contabilidade, que vai precisar dos seguintes **documentos**:

- Cópia autenticada do CPF e cédula de identidade dos sócios
- Cópia autenticada da certidão de casamento ou divórcio dos sócios
- Comprovante de residência dos sócios
- Contrato de locação do imóvel
- Nome comercial para a empresa
- Nome fantasia para a empresa
- Comprovante de endereço da sede da empresa
- Contrato de locação da empresa
- Número de registro do imóvel na Prefeitura (Carnê do IPTU do exercício atual)
- Cópia do último Imposto de Renda de Pessoa Física (IRPF) dos sócios

6 - O **registro do CNPJ** é feito apenas pela internet, no site da Receita Federal, por meio do download de um programa específico: o Documento Básico de Entrada.

7 - Os documentos informados no site devem ser enviados por Sedex ou entregues pessoalmente na **Secretaria da Receita Federal**. A resposta ao requerimento também sai pela internet.

8 - Ao fazer a inscrição no CNPJ, é preciso **escolher a atividade** – no caso, CNAE 9002-7/01, classificação denominada “Atividades de artistas plásticos, jornalistas independentes e escritores”. Essa classificação será utilizada na tributação e também na fiscalização. A empresa pode ter uma atividade principal e também atividades secundárias, que devem ser coerentes com a primária – confira a tabela de CNAEs

CONTRATAÇÃO DE COLABORADORES

AS MES E EPPS que contratam os serviços de profissional autônomo devem reter o pagamento dos tributos e impostos previstos em lei. São eles o Imposto sobre a Renda Retido na Fonte (IRRF) e o Instituto Nacional do Seguro Social (INSS), nos casos em que a prefeitura da cidade cobra o Imposto sobre Serviço (ISS).

Na troca de ano-calendário, a empresa contratante emite um **informe de rendimentos** do ano que se encerra. Estas informações são usadas na preparação e no preenchimento do imposto de renda.

CONTRATAÇÕES CLT

Para contratar colaboradores no regime CLT (com carteira de trabalho), é preciso conhecer as regras e calcular quanto será gasto com cada colaborador, já que, além do salário, há **benefícios obrigatórios**, como vale transporte, férias remuneradas, 13º salário e fundo de garantia. Há também benefícios opcionais, como vale alimentação ou refeição e assistência médica.

Embora sejam benefícios previstos em lei, é importante ressaltar que a empresa poderá, com seu contador e o sindicato de classe, determinar outras regras, direitos e obrigações que

não constem da Convenção Coletiva de Trabalho, por meio de um **acordo coletivo de trabalho**. É sempre bom confirmar qual a forma correta de proceder com relação aos benefícios na sua classe.

Empresas registradas no simples nacional **não pagam** os encargos referentes ao **INSS patronal**, salário educação, SAT e contribuições ao Inca, Senai, Sesi ou Sebrae.

Tabela de encargos sociais

Encargos sociais	Percentual
13º salário	8,33%
Férias	11,11%
FGTS	8%
FGTS/Provisão de Multa para Rescisão	4%
Previdenciário sobre 13º/Férias/DSR	7,93%
Total	39,37%

CONTRATAR COMO PJ

Outra forma de contratar colaboradores é como pessoa jurídica (PJ), um profissional autônomo que presta um serviço e apresenta nota fiscal, desobrigando o contratante a pagar os benefícios previstos na CLT. A única obrigação do empreendedor é pagar a remuneração presente na nota fiscal.



ATENÇÃO!

Contratar pessoas como PJ pode expor sua empresa a riscos, especialmente os de uma **reclamação trabalhista**, caso o colaborador compareça diariamente no local de trabalho ou seu serviço tenha características iguais às de um trabalho com carteira assinada. Recomenda-se cuidado.

CONTRATAR COM RPA

Caso opte por contratar um autônomo com Recibo de Pagamento de Autônomo (RPA), o cálculo dos benefícios varia.

Exemplo de contratação de autônomo por **R\$ 3.500 ao mês**

O que é preciso recolher

INSS: Alíquota de 11%

sobre o valor bruto

$R\$ 3.500 \times 11\% = R\$ 385$

INSS a recolher: **R\$ 385**

Caso a empresa contratante não seja optante do simples nacional, adicionam-se à conta acima 20% de INSS sobre o valor total.

IRRF: O valor está na faixa 3, isto é, alíquota de 15% e parcela a deduzir de R\$ 354,80

Para começar o cálculo, é preciso subtrair o valor do INSS

$R\$ 3.500 - R\$ 385 (\text{INSS}) = R\$ 3.115$

Depois disso, aplica-se a alíquota de 15%

$R\$ 3.115 \times 15\% = R\$ 467,25$

Desse valor, subtrai-se a parcela a deduzir

$R\$ 467,25 - R\$ 354,80 = R\$ 112,45$

IRRF a recolher = R\$ 112,45

ISS: Alíquota de 5% sobre o valor bruto

$R\$ 3.500 \times 5\% = R\$ 175$

INSS a recolher = **R\$ 175**

O cálculo do ISS depende da regra de cada município. Para saber qual se aplica ao seu município, entre em contato com a sua Prefeitura.

Por fim, paga-se

INSS = R\$ 385

IRRF = R\$ 112,45

ISS = R\$ 175

Total de descontos = R\$ 672,45

Valor a pagar para o

autônomo = R\$ 2.827,55

CHAME O CONTADOR

Se o artista está no simples nacional, deve obrigatoriamente ter um contador que fará todos os cálculos corretamente. Explicamos aqui como o cálculo é feito porque é importante que o artista compreenda o processo. Para a contratação

de um contador, é importante observar se o profissional se mantém atualizado, porque, no Brasil, as questões tributárias sofrem constantes mudanças. É importante checar também se o profissional estará disponível quando você precisar e se ele tem familiaridade com as especificidades do setor cultural.

Como fica a empresa em caso de dívida

A forma como a **microempresa (ME)** deve quitar suas dívidas depende do tipo societário:

EMPRESÁRIO INDIVIDUAL (EI)

Assim como na Eireli, a pessoa física não precisa de sócios para abrir a empresa. Porém, em caso de dívida, seus **bens privados serão usados** para os devidos pagamentos aos credores. Isso também vale para dívidas pessoais, em que bens da empresa podem ser utilizados para quitá-las. Se o empresário for casado em comunhão de bens, os bens do seu cônjuge também podem servir como pagamento.

EMPRESA DE RESPONSABILIDADE LIMITADA (EIRELI)

A pessoa física que exerce atividade econômica sem sócios. A principal diferença é que, em caso de dívida, o patrimônio pessoal do empresário não será usado para o cumprimento das obrigações, e sim o capital social da empresa. Resumindo, há uma separação dos bens pessoais e aqueles da empresa. O capital social mínimo exigido para a abertura de uma Eireli é de 100 salários mínimos, comprovado em conta.

SOCIEDADE LIMITADA (LTDA)

Para abrir uma sociedade limitada, é necessário ter sócios. No mínimo um além do artista, sem limite para inclusão de outros. Em caso de dívida, os sócios responderão com bens pessoais, dentro da sua parcela na sociedade. Por exemplo: se há dois sócios, cada um deles com 50% da empresa, eles dividirão meio a meio a responsabilidade.



FICA A DICA

O Sebrae do seu estado também pode ser útil para tirar dúvidas sobre a abertura e a administração de uma empresa. Vale a pena entrar em contato com eles e acompanhar seus programas de assessoramento e capacitação.

3. Planejamento de carreira

Traçando estratégias

A PARTIR DO MOMENTO em que o artista entende como funciona o sistema da arte e como operam todos os agentes, criam-se possibilidades de estabelecer estratégias convergentes com a sua visão de mundo, seus objetivos profissionais e, sobretudo, alinhadas com as suas propostas artísticas e todas as potencialidades que elas apontam.

É importante ressaltar que entender o sistema da arte e o modo de operar de seus agentes não significa mimetizar esses comportamentos ou cumprir um passo-a-passo pautado numa promessa de sucesso. Não existe apenas uma trajetória possível, e sim a busca pela melhor trajetória para cada artista, pesquisa e trabalho. O propósito deste guia é ser uma ferramenta para reflexão.

A proposta de um planejamento de carreira não sugere um comportamento massificado e simplista, mas a análise de caminhos para a difusão e circulação de trabalhos para que o artista possa traçar com propriedade e conhecimento o melhor itinerário rumo aos seus interlocutores, ao seu público.

É preciso pensar, portanto, em formas de viabilizar e fortalecer a sua inserção institucional e comercial, nacional e internacionalmente.

57,2%

dos artistas desconhecem ou se sentem pouco familiarizados com a operacionalização e a gestão da carreira e com o relacionamento comercial e jurídico com instituições.

Fonte
pesquisa própria

5 PONTOS ESTRATÉGICOS

QUALIFICAÇÃO

Dedicação à pesquisa, trocas, experimentação e a oportunidades que contribuam para o aprimoramento do trabalho.

DECISÕES ESTRATÉGICAS

Definição de objetivos e melhores caminhos para alcançá-los.

PARCERIAS

Multiplicação de oportunidades por meio de parcerias (a relação com o mercado e seus agentes).

EXPANSÃO

Ampliação do campo de atuação pensando em inserção comercial e institucional.

AUMENTO DE RECEITA

Incremento do negócio para lucrar com oportunidades comerciais, partindo de diversos caminhos, como a venda de obras e prestação de serviço.

Por que se profissionalizar

A CRESCENTE PROFISSIONALIZAÇÃO do sistema da arte deve ser encarada como incentivo, conforme seus colegas e pares se especializam e aprimoram seus fazeres e saberes – são movimentos concomitantes, que se beneficiam mutuamente.

A profissionalização não deve ser encarada como um fator limitante à sua liberdade e criatividade, mas como uma oportunidade de administrar com fluência, consciência e eficiência áreas de carreira que vão liberar mais tempo e energia para o desenvolvimento das atividades ligadas à produção.

A gestão da carreira do artista é responsabilidade do artista. Ela pode ser acompanhada por parceiros e colaboradores, mas não delegada a terceiros.

A proposta não é “comoditizar” a arte ou formatar um padrão único, pois não existe uma fórmula mágica para

todos. Cada plano de carreira deve ser personalizado porque cada artista é único. Mesmo que exista uma galeria que o represente, ou alguém que você contrate para isso, como um *marchand*, esse trabalho deve ser sempre acompanhado.

Essa carreira demanda gestão financeira; o mercado se expande e retrai, os gostos mudam, as crises vêm e vão. Mesmo sem controlar os fatores externos, é possível atuar de modo assertivo para desenvolver o trabalho e a carreira.

Planejamento de carreira

O PLANEJAMENTO É UM processo em que devem estar claros o seu objetivo e as ações para atingi-lo. No processo, é preciso definir programas de ação, levando em conta a evolução esperada e as condições internas e externas à carreira. O processo deve ser coerente e realista para se sustentar.

O planejamento não é uma atividade de curto, mas de longo prazo. Por isso, pede revisão constante para não se desviar. E paciência: são necessários alguns anos para resultados significativos.

4 PONTOS ESSENCIAIS

SABER FALAR SOBRE O TRABALHO

Em um mundo em que a ideia é tão ou mais importante que a execução, dominar a palavra é determinante. Um artista que se comunica bem é compreendido por curadores, galeristas e público. Isso ajuda na gestão de sua carreira e na sua inserção institucional e comercial.

NÃO DEPENDER DE GALERIAS COMERCIAIS

Há outras formas de alcançar o sucesso profissional, como buscar laços e plataformas diferentes para difundir e fazer circular o trabalho. Há muitos artistas pelo país e nem todo lugar possui um sistema de arte

minimamente estabelecido com instituições, galerias, cursos de formação, produtores e gestores culturais. As galerias podem ajudar a planejar a carreira (porém, não tem completo controle sobre ela) e ampliar a rede de contatos, mas as oportunidades de ser representado por galerias também não são suficientes para absorver a oferta de artistas.

INVESTIR NA REDE DE RELACIONAMENTOS

Ninguém faz nada sozinho. Atuar em redes é essencial. Faça uma lista de quem você já acessa e pense nas pessoas que ainda precisa alcançar, e quem pode apresentar essas pessoas a você. Lembre-se de estabelecer relações verdadeiras, porque é fácil ver quando uma relação não é honesta. É uma via de mão dupla: não se aproxime das pessoas apenas pensando no que elas podem fazer por você, mas também no que você poderá dar em troca para construir uma relação. Confira estratégias para aprimorar seus relacionamentos [aqui](#).

TER VISÃO CRÍTICA

Um artista precisa saber em que ponto de sua carreira se encontra e onde pretende chegar, para decidir o que fazer. Defina um plano e se mantenha atento a ele. É claro que ao longo do processo pode haver mudanças. Projetos pedem constante revisão e correção de trajetória, sem perder objetivos de vista.

PLANEJAMENTO PASSO A PASSO

1. FAÇA UM DIAGNÓSTICO: avalie criticamente a sua trajetória e observe pontos de fragilidade e de força.

2. ESTABELEÇA PRAZOS: para alcançar objetivos, trabalhe com perspectivas de curto, médio e longo prazos. Organize as ações nessa linha do tempo, tendo em mente a viabilidade de realizar cada uma delas em relação aos recursos disponíveis e ao tempo de execução.

3. DESENHE UM PLANO DE AÇÃO

Esse plano pode ser organizado em 3 frentes:

- **AÇÕES ESTRUTURANTES:** elementos fundamentais para desenvolvimento da produção e operacionalização da carreira do artista.
- **EXEMPLOS:** local para desenvolvimento do trabalho, recursos humanos para produção e operacionalização (contratação e assistente, contador, despachante etc.); recursos financeiros para produção e operacionalização (compra de materiais e equipamentos, abertura de empresa, investimento em viagens etc.); dedicação à pesquisa, estudos e experimentação para aprimoramento do trabalho; catalogação e registro das obras; organização do administrativo da empresa.
- **COMUNICAÇÃO E DIFUSÃO:** divulgação do trabalho.
- **EXEMPLOS:** elaboração de currículo, portfólio e site; criação de perfil em redes sociais; publicações de livros, catálogos e monografias; desenvolvimento de redes de relacionamento profissional.
- **OPORTUNIDADES:** ver e investir em circunstâncias que podem dar chances de inserção comercial ou institucional, aprimoramento e pesquisa, além de difusão e legitimação do trabalho.
- **EXEMPLOS:** editais, residências, prêmios, convites para participação em feiras, bienais, exposições, projetos comissionados

Depois de selecionar as ações que fazem sentido para a sua visão de mundo e de negócios, dentro do seu grau de maturidade e aspirações, o artista pode criar uma linha cronológica. Nessa linha do tempo, devem vir primeiro as prioridades, o que é mais urgente.

4. FAÇA AS CONTAS: ao estabelecer prazos, leve em conta os recursos humanos e financeiros disponíveis para cumpri-los. O plano precisa ter viabilidade real para ter maior chance de sucesso.

Networking: construindo redes de contato

SOMOS SERES SOCIAIS: faz parte da essência humana buscar vínculos e relações interpessoais. Na vida profissional, essas relações são sua rede de contatos, que é formada ao longo da carreira e se mantém por trazer benefícios mútuos. Para que se solidifique, é necessário estabelecer laços de **respeito e confiança** entre as pessoas, de **forma madura**, aproximada e **recíproca**.

A construção de uma rede é um **trabalho constante**. Cada novo relacionamento traz novas oportunidades de trocas, aprendizados e ganhos em diferentes aspectos. Inclusive, a capacidade e facilidade de potencializar e realizar novos projetos e negócios.

6 DICAS DE NETWORKING

APROXIME-SE DO PROFESSOR

Quem está na faculdade pode estreitar relação com seus professores. Eles são profissionais com experiência de mercado e também podem ser mentores preciosos para quem almeja carreira acadêmica.

FALE COM QUEM IMPORTA

Aproveite seu tempo livre para conversar com pessoas que foram e são importantes para você, mesmo que não possuam relação direta com o seu trabalho.

TENHA UM PAPO BOM

Seja uma pessoa interessante, não só com conhecimento técnico, mas também cultural.

LEVE SEU CARTÃO

Nunca se sabe quando vai surgir alguém interessante, então tenha seu cartão de visita sempre à mão.

ORGANIZE CONTATOS

Sistematize os contatos que você possui: organize uma agenda, até no seu celular, um arquivo de cartões de visita e, nas redes sociais, procure seguir pessoas que podem representar diálogo, inspiração e informações relevantes

APOSTE NAS TROCAS

Não procure seus contatos só quando precisar de um favor. Lembre-se de que, para construir uma boa base de contatos, é preciso estabelecer um relacionamento sólido e recíproco.

4. Direitos autorais

Todo criador tem direitos sobre aquilo que cria. Os direitos autorais garantem tanto que o artista obtenha resultados financeiros com a obra como que ninguém possa copiá-la, pois é produção do seu espírito. O artista pode contar com as seguintes proteções:

Direito patrimonial e moral de autor

DIREITOS PATRIMONIAIS

Tratam da exploração econômica da obra – pelo autor ou por terceiros autorizados por ele – em diversos meios, formatos e prazos, como a reprodução em catálogos e convites, inclusão em base de dados, produtos com arte aplicada.

TRANSFERÊNCIA DOS DIREITOS PATRIMONIAIS

Em contrato, o artista pode passá-los a outra pessoa ou a uma empresa, como uma agência de imagens. Nesse caso, a agência se torna titular dos direitos patrimoniais e pode explorar economicamente a obra. O artista continua sendo o autor.



ATENÇÃO!

A venda da obra não transfere ao comprador os direitos de uso de imagem. Quando alguém compra uma obra de arte, adquire o direito de expô-la, apenas. Em uma exposição de arte, o colecionador (dono da obra) é quem decide pelo empréstimo, e o artista (autor) é quem decide sobre o uso da imagem da obra em catálogos, divulgação, material gráfico etc.

Direitos morais

Dizem respeito à relação pessoal do autor com a sua criação. Estão praticamente vinculados à maternidade ou paternidade. A obra é filha de seu criador e ele pode impedir que a modifiquem ou a utilizem sem a sua autorização. Diversamente dos direitos patrimoniais, os morais não são nem transferíveis nem comercializáveis. Serão eternamente do seu autor.

São direitos morais do autor:

Direitos morais	Explicação	Exemplo
Direito ao inédito	O artista pode manter a obra não publicada e não distribuída.	Pintar apenas para si, sem distribuição gratuita ou onerosa.
Direito ao crédito	Ter seu nome ou pseudônimo vinculado à obra para sempre.	A publicação da imagem da obra em uma revista deve levar o nome do artista.
Direito à integridade da obra	Pode se opor a quaisquer modificações ou atos que prejudiquem obra e autor.	A obra não pode ser alterada para caber na parede do colecionador.
Reivindicar a autoria	O criador pode se declarar autor de uma obra.	Um autor que antes não era identificado decide ser creditado.
Direito de modificar a obra	Antes ou depois de pronta, mediante compensação financeira do proprietário.	O artista decide mudar a cor de parte da obra.
Direito ao arrependimento	O artista pode entender que uma obra não condiz com sua trajetória artística e retirá-la de circulação, mediante compensação financeira do proprietário da obra.	
Direito de acesso a um exemplar único	Pela preservação da memória, poderá acessar para registrar, causando o menor inconveniente ao detentor.	O colecionador permite ao artista acesso à sua obra de início de carreira, para a captação da imagem.

PRAZO DE PROTEÇÃO LEGAL E DOMÍNIO PÚBLICO

AS OBRAS SÃO PROTEGIDAS pelo direito de autor por prazo determinado. Ao fim desse prazo, são consideradas de domínio público e podem ser utilizadas sem prévia autorização ou pagamento.

70 anos

É O PRAZO MÁXIMO de proteção de obras no Brasil depois da morte do autor, a contar de 1º de janeiro do ano subsequente ao de seu falecimento (ou do último autor, no caso de coautoria). Após esse prazo, entra em domínio público e pode ser usada livremente.

Os direitos das obras fotográficas e audiovisuais são protegidos por 70 anos a contar de 1º de janeiro do ano subsequente ao da sua divulgação.

Para saber se uma obra está em domínio público acesse o site [Domínio Público](#), que disponibiliza uma lista, atualizada anualmente.

Requisitos para proteção de obras

No Brasil, para ser protegida pelo direito de autor, uma obra precisa apenas ser **original** e estar **materializada**, ou seja, fixada em algum suporte, como papel ou tela. Uma ideia não materializada – que existe apenas no cérebro do artista – não é protegida.

O direito de autor não depende de **nenhuma formalidade** ou registro. Quando o artista materializa, a obra já está protegida. Quando a põe em circulação, garante a data da criação, ou seja, a anterioridade.

Uma obra original não precisa ser uma novidade completa e absoluta, mas conter algum **elemento de novidade**. Nenhuma avaliação estética, crítica ou de conteúdo interfere na proteção.



ATENÇÃO!

Os projetos culturais não são protegidos pelo direito autoral. A proteção é

para o conteúdo (obras, roteiro, trilha musical, imagens) e não para o formato de apresentação da ideia (projeto), formato de um festival ou de uma exposição de arte, por exemplo.

Direitos de imagem da obra

Todo indivíduo tem a prerrogativa de autorizar ou não a reprodução ou exposição de sua imagem. Qualquer um que tenha interesse em usar imagens de pessoas – públicas ou não – deverá, como regra, pedir autorização prévia escrita e assinada, que normalmente será uma licença de uso de imagem.

Limites da citação

VIA DE REGRA, a **reprodução de uma obra** de arte em publicações diversas (catálogos, livros, *table book*, publicidade etc.) deve ser **previamente autorizada** pelo autor. Mas há 3 exceções a essa regra:

- A reprodução da obra não é o objetivo principal da peça ou publicação.
- A reprodução da imagem não prejudica o uso e reprodução pelo próprio artista.
- A exclusão da imagem não invalida o texto, que continuará fazendo sentido.

EXEMPLO

A inclusão da imagem de uma obra no texto crítico sobre um artista, com a finalidade de auxiliar a compreensão do leitor sobre uma explicação apresentada.

Direitos de terceiros x plágio

ASSIM COMO O ARTISTA tem direitos sobre as suas criações, o mesmo vale para os demais autores de obras visuais, músicas, filmes e textos. O uso de obras de outros autores pode, portanto, depender de autorização prévia, ou pelo menos de indicação de crédito.

QUANDO NÃO É PRECISO TER AVAL

- Obras que se inspirem em outras obras, sem que seja caracterizado plágio.
- Obras que reúnam várias partes de outras obras, de forma que o resultado final seja uma obra inteiramente nova.
- Releituras de obras já em domínio público.



ATENÇÃO!

Esses casos não incluem o uso publicitário e comercial, que precisa, sim, de autorização.

PLÁGIO

É IMPORTANTE RESSALTAR que os limites entre obra nova e plágio são bastante tênues e normalmente dependem da fundamentação e defesa do próprio artista contemporâneo. Plágio corresponde à apresentação da cópia de uma obra como se fosse original.

Direito da personalidade

ALÉM DOS DIREITOS de autor, a Constituição Federal protege os direitos da personalidade, ou seja, a honra, a intimidade, a privacidade e a imagem de cada cidadão. Dessa forma, o uso da imagem de uma pessoa depende, como regra geral, de autorização prévia.

EXCEÇÕES

É possível usar a imagem de pessoas públicas sem autorização quando no exercício dessa condição. Exemplo: pode-se usar a imagem de um ex-presidente em evento como chefe de Estado, mas não da mesma pessoa em sua casa. Imagens e informações essenciais podem ser usadas para a construção de biografias, uma vez que a liberdade de expressão e o direito à história devem ser preservados.

Direito de sequência

ALEI DE DIREITOS AUTORAIS (Lei 9.610/1998) prevê o “direito de sequência” (artigo 38), uma remuneração para o autor ou seus herdeiros toda vez que uma obra é revendida por valor superior à venda anterior.

O artista poderá cobrar diretamente o vendedor da obra, caso tenha acesso a todos os detalhes necessários (valor da venda e valor da venda anterior). Em casos mais difíceis, a contratação de um advogado especializado pode ajudar.

EXEMPLO

Se na venda original feita pelo artista o preço da obra foi de

R\$ 1.000

E depois a obra foi vendida por

R\$ 2.000

O autor deve receber

R\$ 50

Que são os 5% aplicados sobre essa diferença de

R\$ 1.000

Se a mesma obra for revendida por

R\$ 2.500

O autor terá direito a

R\$ 25

QUE SÃO OS 5% sobre a diferença de **R\$ 500** da nova venda (e assim sucessivamente).



ATENÇÃO!

A norma visa garantir que uma obra que foi vendida no início de carreira e que depois se tornou valiosa possa gerar ganhos ao artista e não apenas para seus vendedores.

O direito de sequência pode ser cobrado pelo artista até 10 anos depois da venda. Seus herdeiros terão direito de receber o valor por 70 anos, contados do primeiro dia do ano sub-

sequente à morte do artista, sempre com limite de 10 anos contados a partir de cada revenda.

O responsável pelo pagamento ao artista ou seus sucessores é o vendedor da obra, exceto em caso de venda em leilões, onde o leiloeiro é considerado pela lei como o responsável pelo pagamento.



BRECHA NA LEI

Essa lei nem sempre é respeitada porque não traz todos os procedimentos necessários para o cálculo e o pagamento do direito de sequência. Se essa transação acontecer em esfera privada, entre duas pessoas físicas, não haverá nenhum tipo de controle, nem por autoridades, porque a lei não prevê esse controle.

As pessoas são obrigadas a registrar as compras e vendas em suas declarações de imposto de renda, mas essas declarações são sigilosas. Assim, o pagamento do direito de sequência dependerá basicamente da vontade do vendedor, o que dificulta muito a cobrança.

Além disso, como o direito de sequência é calculado com base na mais-valia, ainda que o artista tome conhecimento da venda, ele precisa ter meios para comprovar o lucro, já que seus ganhos são de 5% sobre esse lucro. Em condições normais, isso é muito difícil. Pode ser preciso entrar com uma ação judicial.

Se a transação for realizada por uma galeria ou durante um leilão, comprovar o preço pode ser mais fácil, porque as galerias são obrigadas a fazer registros contábeis e emitir notas, e leilões são públicos.



O DIREITO DE SEQUÊNCIA VALE NO EXTERIOR?

Não. O direito de sequência só vale para vendas feitas no Brasil ou do Brasil para o exterior, ou seja, para transações realizadas no país. Se a obra for exportada e depois revendida em

5%
sobre o lucro
em cada venda
é quanto o
autor deve, por
direito, receber

outros países, a norma brasileira não se aplica mais – a não ser que a obra retorne para o Brasil ou seja exportada para um país que promulga lei sobre direito de sequência.

Existem outros países com legislação a respeito, mas os percentuais variam de um lugar para o outro. Assim, se a obra for exportada para um país onde há previsão de direito de sequência e depois revendida por lá, o artista brasileiro pode receber o percentual previsto na lei local, mas a cobrança terá que ser feita no próprio país, de acordo com os procedimentos aí previstos, e que devem ser examinados.

Liberdade de expressão

A ARTE É A MANIFESTAÇÃO livre de um artista ou de um grupo de artistas, e poderá ser usufruída livremente pela sociedade. Se a obra causa mal-estar pelo assunto, forma ou conteúdo, se não agrada porque aponta vícios e mazelas da sociedade ou, simplesmente, porque é de mau gosto ou mesmo mal feita – conceitos muito frágeis e pessoais –, não pode nem deve ter sua produção e circulação proibidas.

A liberdade de expressão artística é garantida pela Constituição Federal e parte do princípio de que cada cidadão seja tolerante com a opinião e a manifestação do outro, mesmo quando não o agrada, quando o critica ou o incomoda. A tolerância com o diferente exige disponibilidade para aceitar o que não é igual, ainda que inoportuno ou agressivo. A liberdade de todos está no respeito à opinião diversa.

A expressão artística deve, portanto, ser tolerada pela sociedade, mas cada cidadão pode escolher, simplesmente, não comparecer a uma exposição ou não comprar uma obra. Ou, ainda, expressar seu descontentamento ou incompreensão em outras obras visuais, jornalísticas, literárias etc., para as quais será garantido o mesmo direito de livre expressão.

É importante esclarecer que qualquer julgamento prévio de uma obra

configura censura, não admitida no nosso país. Contudo, em questões específicas e em caráter de exceção, eventuais danos causados pelo mau uso da liberdade pelo artista podem ser discutidos em processos judiciais propostos por quem se sentir lesado, com possível ressarcimento financeiro dos danos, se comprovados.

5. Relação com a galeria nacional e internacional

Relação comercial

EXISTEM DOIS TIPOS de relação comercial entre artistas e galerias: **trabalho sem vínculo** com a galeria ou a **representação comercial**.

TRABALHO SEM VÍNCULO

É a **consignação** de obras pela galeria com o propósito de vendê-las e a inclusão do artista em uma exposição coletiva. A consignação dificilmente contará com a apresentação da obra em feiras ou mesmo a curadores.

Do ponto de vista legal, um termo de consignação das obras assinado por ambas as partes é suficiente para proteger o artista e seu trabalho. Em caso de venda, o mais comum é que se divida o valor meio a meio. Alguns contratos estabelecem que o custo da produção seja descontado do valor da venda antes da divisão, se ele tiver produzido a obra sozinho e se a despesa fizer sentido.

Seja uma relação pontual ou a longo prazo, no trabalho sem vínculo é importante que galerista e artista representado conversem antecipadamente sobre as condições de parceria e combinem os termos em que a relação vai se dar.

REPRESENTAÇÃO COMERCIAL

É um **acordo**, que pode ser regido por contrato, no qual o artista passa a integrar o grupo de artistas representados por uma galeria, com direito a exposição individual, participação nas feiras nacionais e internacionais, compromisso do galerista de apresentar seu trabalho a curadores e ajudá-lo na inserção institucional e comercial.

Essa relação, que é uma “sociedade”, dá à galeria o direito de ter **50% do valor** de venda das obras pelo serviço de **agenciamento** que prestam aos artistas. Artistas já consagrados ou com muita demanda têm mais poder de negociação e pagam comissões menores. O contrário, ou seja, comissionamento maior do que 50%, não deve acontecer. Se alguma galeria fizer essa proposta, convém ao artista avaliar.

Também é comum que galerias proponham um **período de teste** antes de fechar um acordo permanente de representação comercial. Essa prática é mutuamente benéfica por-

que antecipa eventuais discordâncias e previne que uma relação com pouca chance de sucesso se estabeleça a longo prazo.

O QUE DIZ A LEGISLAÇÃO

NÃO HÁ LEI que regule essa relação. Perpetuam-se, tanto no mercado nacional como no internacional, práticas correntes que se estabeleceram como padrão. Comissionamento, consignação, exibição e produção seguem sendo implementadas tanto para as galerias no Brasil como para as internacionais.

E AS COMISSÕES?

Há muitas dúvidas sobre as comissões. A tabela abaixo mostra como a maioria das galerias opera. Veja que, em nenhum caso, o artista recebe menos de 50%. A saber, a galeria principal do artista é aquela com quem ele trabalha há mais tempo e que faz o trabalho mais constante e dedicado de representação comercial e institucional.

Discuta a relação

É comum um artista se sentir **desconfortável** para discutir as bases da relação com a galeria no momento em que é convidado a integrar o time de artistas representados ou a realizar um projeto pontual, seja por **receio** de perder a oportunidade seja por **desconhecimento** sobre como essa relação se dá.

Mas é muito importante que tudo seja definido, da forma mais clara possível, no momento inicial. Esse é o momento de maior “boa vontade” entre as partes. Então, recomenda-se que a conversa seja **amigável**.

Um contrato pode garantir que não haja no futuro nenhum mal-entendido ou frustração de nenhuma das partes, já que tudo foi discutido no início da relação e registrado em um documento que determina os direitos e deveres de

cada parte. Essa é uma relação comercial, e é bom que seja saudável e equilibrada.

Deixar para discutir a relação num segundo momento pode trazer problemas ao artista e mal-estar à galeria. Muitas, aliás, já têm contratos-padrão e se abrem ao diálogo para evitar questionamentos futuros.

Mesmo recebendo uma minuta de contrato pronta para assinar, o **artista pode e deve apontar sugestões** e modificações adequadas à sua prática, valores e necessidades específicas.

Se a galeria se mostrar inflexível e o artista recuar em suas demandas, deve ficar ciente de que terá que arcar com as consequências dessa decisão no futuro. **Não é bom sinal** ter um sócio **intransigente**. Por isso, é importante estabelecer estas bases no início da relação.

Tabela das comissões pagas comumente a galerias pelo agenciamento

Divisão com uma galeria comercial		
Artista: 50%	Galeria: 50%	
Divisão quando há duas galerias*		
Artista: 50%	1ª Galeria: 10%	2ª Galeria (outro estado) que realiza a venda: 40%
Divisão quando há duas galerias: nacional e internacional*		
Artista: 50%	1ª Galeria nacional: 10%	Galeria internacional que realiza a venda: 40%
Para exposição em outros espaços, quando há venda de obras		
Artista: 50%	1ª Galeria: 20%	Outros espaços que realizam a venda: 30%

* Só é válido caso a galeria principal faça a mediação com uma galeria de outro estado ou país. Se o artista cuida diretamente da sua representação fora do seu estado, não há comissionamento para a galeria principal.

Relação jurídica: tipos de contrato

NUNCA ACEITE A FRASE “é apenas um contrato que o meu jurídico definiu, mas vale o que combinamos”. O melhor contrato é aquele que registra e retrata, da forma mais clara e exata, o que foi combinado e aceito pelas duas partes. Além de estimular a reflexão antes de um negócio e de fazer todo mundo falar uma mesma língua, ele é o melhor instrumento para defender a memória do que foi conversado.

Todo contrato deve ter:

- Nome e qualificação dos contratantes (artista e galeria)
- Objeto (o que está sendo acordado)
- Obrigações e direitos de cada uma das partes
- Valor (preço)
- Forma de pagamento
- Prazo
- Território (Brasil e exterior)
- Penalidades (multas)
- Hipóteses de rescisão
- Data
- Assinaturas

Existem 5 tipos de contrato que podem ser estabelecidos entre a galeria e o artista:

CONTRATO DE CONSIGNAÇÃO DE OBRA DE ARTE

Celebrado quando o artista deixa uma ou várias obras em consignação em uma galeria, hipótese em que receberá quando – e se – a obra for vendida. Além das previsões comuns a todos os contratos, devem ser estabelecidos: o preço mínimo de venda de cada obra, o percentual que caberá ao artista e à galeria, a responsabilidade pela embalagem e pelo transporte ida-e-volta e também pelo seguro e pela manutenção da obra enquanto em posse da galeria; as condições e prazo de devolução; a eventual obrigação da galeria mostrar obras em feiras nacionais, internacionais e vernissages; eventuais limites no direito do artista de negociar com outras galerias.

CONTRATO DE REPRESENTAÇÃO EXCLUSIVA

Celebrado quando a galeria se torna a única representante e vendedora do acervo e obras novas do artista. Nesse caso, o contrato terá a previsão de exclusividade de venda pela galeria em qualquer hipótese ou para regiões determinadas; impedindo o artista de vender qualquer obra diretamente ou por terceiros. Deverá ser estabelecido o preço mínimo da obra; o percentual que caberá a cada parte dos custos de produção e em caso de venda; quantidade de exposições do artista por ano; relação com outras galerias; forma de pagamento e emissão de documentos fiscais; e hipóteses de rescisão. É comum que, em contratos com representação exclusiva, a galeria adquira algumas obras do artista para seu acervo e para a venda posterior.

CONTRATO DE PARCERIA E COMERCIALIZAÇÃO DE OBRA

Também usado quando a galeria se torna a única representante e vendedora da obra do artista para o todo ou para uma certa região, mas a relação é de parceria. Por consequência, parte das decisões que, em geral, são feitas pela galeria, passa a ser feita de comum acordo; e, as vendas são pagas diretamente para a galeria e o artista, ficando cada um com a emissão de seu documento fiscal, conforme a proporção acordada, reduzindo a carga tributária.

CONTRATO DE COMPRA E VENDA DE OBRA

É feito em uma relação de compra e venda normal de uma ou mais obras, mas, muitas vezes, substituído por um simples recibo.

CONTRATO DE COMPRA DE OBRA SOB ENCOMENDA

Disciplina a compra de uma obra pautada pela galeria ou pelo colecionador. Esses contratos, em geral, são celebrados para obras que já terão tema ou lugar pré-definido de exposição. Ou seja, o artista criará sua obra livremente, mas segundo as condições da encomenda, que deverão estar detalhadas no contrato.

TERMOS DOS CONTRATOS

Antes de assinar contrato, deve-se discutir:

CUSTO DE PRODUÇÃO

Não há regra. Há galerias que pagam as despesas de produção da obra, como um adiantamento, para o artista e recuperam o valor com a venda. Há outras que dividem a produção com o artista. E algumas não pagam nem ajudam. Como não existe regra, tudo depende da negociação entre o artista e a galeria e do que os custos de produção representam no preço final da obra.

TRANSPORTE

O galerista deveria pagar pelo transporte da obra do ateliê à galeria e pela devolução ateliê, mas também não há regra. Isso deve ser negociado. O mesmo vale para exposições nacionais e internacionais. A galeria não é obrigada a arcar com o valor dos transportes quando o artista é convidado a participar de uma exposição, já que essas exposições dispõem de verba para a produção, e o transporte das obras é parte da produção. Se não há verba para o transporte, a galeria pode ajudar, mas não é obrigada a nada. Isso também deve ser conversado.

SEGURO

É responsabilidade da galeria e deve constar no contrato de representação ou no termo de consignação. Não é raro que obras se danifiquem ou desapareçam dentro de uma galeria. Por isso, tudo deve estar claro desde o início. Se a obra saiu do ateliê em perfeitas condições, deve retornar da mesma forma. Isso também vale para o caso de a galeria decidir levar a obra a uma feira internacional sem declarar e, na volta, ter o seu trabalho apreendido pela Receita Federal. A galeria é responsável por suas decisões e, se não faz o processo de forma correta, deve arcar com os erros.

PERIODICIDADE DE EXPOSIÇÕES

É interessante combinar com a galeria de quanto em quanto tempo suas

obras serão expostas, para poder se planejar. Isso garante tempo hábil para preparação e saber se passará um bom tempo sem expor, já que galerias com muitos artistas podem ter prioridades diferentes e expor uns mais que outros. É bom deixar claro quais são as suas expectativas e verificar se elas vão ser atendidas ou não.

PREPARAÇÃO PARA EXPOSIÇÕES

A galeria deve informar a data das exposições com, pelo menos, seis meses de antecedência para que o artista possa desenvolver um conjunto de obras com qualidade. Ele não deve aceitar prazos inexecutáveis, a não ser que já possua obras prontas.

INSERÇÃO INSTITUCIONAL E COMERCIAL

Quando um artista passa a integrar o time de representados, há um esforço de promoção que, com o tempo, tende a arrefecer. Aconselha-se deixar registrado o que você espera da sua galeria neste aspecto e também o que você vai fazer em troca – porque não é uma via de mão única, ambos devem trabalhar por isso. Muitos artistas se desgastam quando não veem suas obras nos estandes das feiras, nacionais e principalmente internacionais, ou quando percebem que a galeria se dedica mais a um artista do que a outro. Isso é comum em galerias com grandes times de artistas.

REGISTRO FOTOGRÁFICO

Não é obrigação da galeria, nem há regra. Há galerias que preferem fotografar as obras porque assim garantem a qualidade da imagem, e esse é um importante instrumento de venda. Outras não fazem isso. Se a galeria não faz nada, trate de garantir que o seu trabalho seja apresentado da melhor forma possível, produzindo as imagens.

PAGAMENTO DE IMPOSTOS

Esse assunto é recente. Há galerias que sugerem descontar o imposto a pagar pela venda do valor final da obra, antes da divisão da receita com o

artista. A justificativa é de que a carga tributária alta inviabiliza o negócio da galeria, de que os custos operacionais são altos. Na maioria dos casos, o imposto pesa mais para o artista, que é PF ou MEI, do que para a galeria, que é PJ. Cada parte da sociedade deve ser responsável pelas obrigações referentes às suas operações.

AUTONOMIA DA CRIAÇÃO

O artista é responsável pela concepção da obra, e esse direito deve ser assegurado. Não cabe à galeria interferir nas escolhas do artista, incentivando a produção de obras mais palatáveis ao mercado. Para se proteger, o artista deve estabelecer critérios para sua criação e a qualidade do trabalho. A relação entre artista e galeria se dá nos campos da inserção comercial e institucional, e não no da criação.

CABE AO ARTISTA

Zelar por sua produção, passar informações corretas e completas sobre as obras e, sempre que possível, conversar com os funcionários da galeria e expor seu ponto de vista sobre questões mais conceituais e poéticas e também sobre questões práticas de montagem e manutenção.

Isso ajuda a preservar a obra e difundir um discurso sobre ela. Além disso, é importante fornecer uma imagem que represente o trabalho; caso a galeria não fotografe, entregar as obras em bom estado e com ficha técnica completa, estar presente aos compromissos assumidos, ser pontual e assim por diante. É preciso ser profissional, da mesma forma que se espera que a galeria seja.

6. Relação com instituições nacionais e internacionais

Vendas

NO CASO DE VENDA de obras a **museus, fundações e instituições culturais** que mantenham um acervo em boas condições de conservação e guarda de obras, o artista poderá oferecer um **desconto de até 50%** do valor da obra.

Se a negociação for feita por uma galeria, o artista pode negociar com a galeria para que ela absorva uma parte maior desse desconto, já que irá lucrar com vendas posteriores por conta da inserção do artista na coleção institucional. Vai depender do acordo firmado entre eles.

Na **entrega da obra**, é importante fornecer toda a **documentação do trabalho** – ficha completa e imagens em alta resolução quando existem, além do certificado de autenticidade – para que a entrada na coleção seja feita de modo correto. Se a obra é recente e foi pouco exposta, não é necessário, mas se ela já foi exposta e possui um histórico (publicações, *clipping*, locais e datas de exposição), ele deverá ser incluído no material entregue para a catalogação.

Se há **instruções de montagem**, elas devem ser fornecidas por texto e desenhos, para facilitar o trabalho da museologia.

É provável que o artista seja solicitado a dar autorização para o uso da imagem da obra. Isso é perfeitamente normal.

Para as **instituições internacionais**, vale o mesmo relatado acima, preferencialmente em inglês. O transporte deverá seguir as normas que serão explicadas mais adiante no item “Exportação”.

Empréstimos

EMPRESTAR OBRAS para um museu tem muitos aspectos positivos, principalmente para o desenvolvimento da carreira e a validação do trabalho. Mas não podemos deixar de considerar os **riscos** envolvidos nesse processo. Não importa se o museu é nacional ou internacional, os procedimentos envolvidos são mais ou menos os mesmos.

Como já dissemos anteriormente, é **na embalagem e no transporte de obras** que a maioria dos problemas acontecem. Como o empréstimo também traz benefícios, ele pode valer a pena desde que tomados alguns cuidados.

5 PRECAUÇÕES AO FAZER UM EMPRÉSTIMO

CONTRATO OU TERMO DE EMPRÉSTIMO

O contrato de empréstimo, também conhecido como *loan form*, é a **garantia** do artista de que todo o combinado será cumprido e de que os cuidados necessários serão tomados.

Ele deve abranger:

- Condições de embalagem
- Acondicionamento
- Cuidados especiais (se aplicável)
- Transporte (ida e volta)
- Seguro (calculado a partir do valor de mercado da obra atualizado)
- Guarda das obras
- Finalidade
- Período de exposição
- Formato dos créditos da obra e do artista
- Fornecimento (ou não) de imagem para divulgação
- Condição especial que deva ser dada à obra.

Nesse documento, deve constar ainda se há necessidade de *courier* para acompanhar o transporte e instalação da obra, e os respectivos custos; se o artista participará da abertura da exposição, quem será o responsável pe-

los custos de transporte, hospedagem e alimentação e, por fim, se o empréstimo é gratuito ou oneroso.

É importante que o valor de avaliação e relatório de condição constem no contrato de empréstimo. Isso garantirá que o artista seja compensado em caso de danos ou roubo. Se o artista tiver algum requisito para a exposição da obra, recomenda-se verificar se ele também está listado.

SEGURO DAS OBRAS

Deve ser porta a porta, modalidade também conhecida como cobertura “de prego a prego”. Isso significa que o trabalho estará **coberto por restaurações** ou pelo valor de avaliação mais recente, desde o momento em que ele deixa sua “morada” até o retorno.

MUSEÓLOGO

O museu, instituição ou produtor responsável (no caso de exposições) deve enviar um museólogo para verificar o estado da obra, registrar suas condições em um **laudo**, acompanhar o acondicionamento e o transporte na coleta e na devolução. Caso algum problema seja constatado, o museu deve se responsabilizar pelo restauro da obra.

CLIPPING

É interessante que, após a exposição, o artista receba do museu exemplares de todos os **materiais impressos**, bem como imagens da mostra (em alta definição) e uma cópia das publicações da imprensa. Coloque essa obrigação no termo de empréstimo para que o museu já separe e planeje a entrega.

MUSEUS INTERNACIONAIS

A única diferença se dá no **transporte**, já que a logística envolve uma série de procedimentos necessários para a **exportação** da obra. Verifique apenas se a empresa contratada pelo museu para o trabalho é **especializada** no ramo de obras de arte e se ela segue padrões internacionais (qualidade dos materiais de embalagem, presença de museólogo para fazer o laudo das obra

e acompanhamento da movimentação da obra e acondicionamento) e os procedimentos burocráticos do processo de exportação. Caso a obra siga por **correio ou courier** internacional, garanta que haja um contrato no qual o **museu se responsabiliza** por qualquer dano à obra.

Doações

MUITOS MUSEUS NACIONAIS não têm verba para aquisição de obras e, em alguns casos, não possuem recursos nem para guardar e manter corretamente os acervos. Por essa razão, muitas vezes essas instituições contam com o apoio de artistas e até de colecionadores para manter suas coleções.

Apesar da dificuldade que têm de adquirir obras, nem sempre museus e instituições aceitam doações espontâneas. As instituições costumam ter um direcionamento curatorial e de pesquisa que estabelece um filtro para a entrada de novas obras.

Além disso, ampliar o acervo demanda mais infraestrutura, recursos humanos e financeiros da instituição. Antes de oferecer obras em doação, o artista deve entender o perfil da instituição e sua política de ampliação de acervo. A melhor maneira de fazer uma doação é entrar em contato com os gestores do museu e verificar se há interesse.

7. Relações com coleções privadas e corporativas

Coleções privadas nacionais ou internacionais, **como explicado na primeira parte deste Guia**, são todas as coleções feitas e mantidas por pessoas físicas, não importa o número de obras. Aqui, falaremos de outros dois tipos de coleção: coleções corporativas e fundos de investimento em arte.

Histórico

NOS ANOS 1960, 70 E 80, grandes empresas, principalmente no exterior, foram muito ativas no mercado de arte e construíram importantes **coleções corporativas** de arte moderna e contemporânea. No Brasil também, embora em menor escala – em boa medida, devido aos altos e baixos da economia.

Instituições financeiras, principalmente, sempre estiveram entre as **maiores colecionadoras** corporativas. Às vezes, essas coleções são desfeitas, por problemas financeiros e falências, como foi no conhecido caso Lehman Brothers, empresa de serviços financeiros norte-americana que quebrou em 2008 e tinha uma coleção de mais de 3.500 obras de artistas internacionalmente consagrados, como Jasper Johns e Andreas Gurky. Todas as obras foram leiloadas. Empresas em dificuldades financeiras vendem qualquer ativo que possa levantar dinheiro, e as coleções são valiosas.

Há sinais de que o **apogeu da aquisição corporativa**, até mesmo dos fundos de investimento em arte, **passou**. Algumas empresas consideram um mercado muito volátil, com valores baseados em critérios pouco tangíveis e projeções difíceis de desenhar. Também desmotivam as aquisições os altos valores das obras contempo-

râneas e o custo de manutenção das coleções, que exigem armazenamento com controle climático e seguro. O cenário econômico é outro desestimulante: quando a economia de um país começa a dar sinais de retração, as empresas tendem a se concentrar no próprio negócio e evitam diversificar investimentos.

Os **fundos de investimento de arte**, por sua vez, se saíram bem em climas econômicos adversos, e os mercados de arte em geral superaram o de ações na recessão de 2001. Em termos gerais, são fundos de investimento privados que se dedicam à geração de lucro, adquirindo e alienando obras de arte. São geridos por empresas especializadas em administração ou consultoria de investimentos em arte, que recebem uma taxa de administração e uma parte de qualquer retorno entregue pelo fundo.

Os fundos são bastante diversos. Enquanto alguns se concentram em arte contemporânea (caso do único fundo Brasileiro, Brazil Golden Art), outros têm um foco mais tradicional e preferem apostar em artistas modernos, já consagrados, e com preços de mercado mais consolidados. Apesar da variedade de perfis, todos seguem a tradicional estratégia de comprar e manter, para revender no futuro.

Vendas

A VENDA PARA uma coleção privada é uma transação de pessoa física para pessoa física, de artista para o colecionador. Basta fazer um **recibo** com o valor para registrar a operação e depois declarar o negócio no Imposto de Renda (**IRPF**).

Já as vendas para **coleções corporativas e fundos de investimentos** são consideradas para pessoa jurídica e devem ser registradas com **nota fiscal** ou documento equivalente. Ao vender sua obra como **PJ**, o artista emite nota fiscal contra a empresa que a adquire e deverá encaminhá-la para a coleção junto com os demais

documentos. Deixar de emitir a nota ou emití-la com valor inferior ao do negócio configura crime tributário ou infração administrativa.

O artista que não possui empresa pode usar **RPA** (Recibo de Pagamento Autônomo), documento que comprova a transação entre um profissional autônomo (na figura de **pessoa física**) e uma empresa.

Quando a venda é intermediada por uma galeria, cabe a ela, em geral, cuidar de todos os trâmites burocráticos e financeiros com o comprador. Ao artista resta emitir nota fiscal contra a galeria ou RPA.



ⓘ **ATENÇÃO!**

Atenção aos contratos que as coleções corporativas ou mesmo fundos de investimento em arte podem apresentar nas aquisições. É importante ler tudo e verificar as cláusulas, principalmente as que se referem à cessão dos direitos de imagem ou dos direitos autorais.

Empréstimos e doações

A **PRÁTICA DE EMPRÉSTIMOS** para coleções particulares e fundos de investimento não é comum. Porém, coleções corporativas, quando fazem uma exibição, podem solicitar o empréstimo de obras e, nestes casos, vale o **mesmo processo** descrito acima para as **coleções públicas**.

A doação para **pessoa física** é **frequente**, e os trâmites dependem do relacionamento do artista com a pessoa em questão. A prática é tão comum quanto a troca de trabalhos entre artistas. Não se deve esquecer de enviar também o certificado de autenticidade da obra, pois isso garante que, no futuro, o proprietário terá respaldo caso queira vender o trabalho, ou mesmo os seus herdeiros.

Doações para **coleções corporativas** seguem a **mesma lógica** das coleções particulares. Já para fundos de investimento, até por sua nature-

za, são bastante **incomuns**. O artista não deveria doar para uma instituição que visa lucrar com a guarda e a venda posterior das obras, mas cada um tem autonomia para fazer o que considerar melhor para a carreira.

Mecenato

MECENATO CORRESPONDE AO APOIO financeiro ou de meios para artistas, sem o interesse direto nessa produção. Ou seja, o mecenas – também conhecido como “patrono da artes” – não teria interesse financeiro ou de publicidade. Ele agiria pelo desejo de apoiar as atividades culturais e artísticas.

Na prática, o mecenas costuma ter interesse em melhorar ou qualificar sua imagem, ou mesmo garantir ganhos adicionais, com acesso a informação privilegiada ou comercialização de arte pela valorização da obra. O mecenato foi bastante difundido na Europa renascentista, com a ascensão da burguesia, e ainda hoje o termo é usado para designar o apoio financeiro às atividades culturais como um todo.

Uma das formas de mecenato é a **compra de obras** de artistas vivos ou de espólios **para doação** a instituições culturais sem fins lucrativos, públicas ou privadas. Assim, empresas ou pessoas físicas garantem que museus tenham uma coleção representativa e também apoiam a produção de artistas.

Outra forma de apoio às artes é o financiamento da compra e instalação de obras em espaços públicos, ou mesmo o desenvolvimento de projetos artísticos especiais para uma área pública. Essas ações garantem a valorização do espaço urbano, o acesso democrático à produção artística e também a melhora de percepção de imagem do doador.

8. Plataformas de venda online

Contexto

COM A EXPANSÃO da internet e a consolidação de serviços e comércio de bens online, artistas e galerias cada vez mais usam plataformas digitais – como **site próprio ou perfil nas redes sociais** – para divulgar o seu trabalho e currículo, para se conectar com novos colecionadores e efetuar vendas. Outra vantagem das redes sociais é a desterritorialização, já que a internet tem acesso ilimitado ao mundo.

As galerias de arte normalmente possuem plataformas digitais para seus artistas e coleções e para a divulgação de eventos, mas o artista pode se valer de uma **plataforma própria** para gerir a carreira de forma independente, para criar um relacionamento direto com o público, mesmo pertencendo ao grupo de artistas de uma galeria, e para criar um portfólio digital, com imagens de obras suas.

O artista que queira atuar na **venda direta** pode adotar meios de pagamento já institucionalizados, como PagSeguro ou cartões de crédito, estabelecer uma linha direta com o colecionador ou optar por se ligar a uma plataforma de venda coletiva. A melhor decisão é aquela que se adequa ao seu público.

Os **meios online** também são fortes aliados na venda de obras de **design** e **arte aplicada**, que em geral têm valor menor que o de uma obra de arte original e exigem menos cuidados com transporte e embalagem.

9. Precificação das obras

A precificação é um assunto sensível para artistas, que frequentemente não gostam de tratar do tema.

Precificar uma obra **não é fácil**, não importa se é a primeira vez ou se o artista faz isso com frequência. Se estabelecer um valor baixo demais, pode haver prejuízo. Se fixar um valor muito alto, existe o risco de o trabalho ficar estacionado no ateliê ou na galeria.

Para dificultar a equação, uma vez que se define o valor, não se pode alterá-lo sem uma boa razão – prêmios, exposições importantes etc. A tabela de preços pede coerência para manter a confiança e o compromisso com o colecionador que já adquiriu uma obra do artista.

Como encontrar o valor ideal?

1 - Como toda mercadoria, uma obra de arte tem seu **valor de mercado** determinado por um sistema de compradores, vendedores e intermediários. Precificar uma obra de arte é matematizar e tornar tangível a criação do artista. Esse aspecto abstrato, baseado em valores subjetivos, confere ao campo do mercado de arte uma enorme especificidade, um valor próprio.

2 - Preço e valor são coisas distintas. O primeiro é o que se paga por um produto. O segundo, a maneira como quem compra o produto percebe aquilo que está adquirindo. Por exemplo: uma empresa de cosméticos não vende creme ou maquiagem, vende sedução, autoestima e sentimentos que integram os desejos do consumidor na hora da compra.

3 - A obra de arte atua de forma diferente de produtos resultantes de outras indústrias que, mais objetivamente, têm custos e despesas relativamente fixos, têm concorrência no mercado e dependem da demanda do consumidor. No mercado de arte, o **valor agregado** do produto – ou seja, qualidades ligadas a simbolismos e desejos – tem um peso maior no seu preço final.

4 - Como o artista agrega valor ao seu trabalho? Com prêmios, bolsas, residências, exposições institucionais, coletivas ou individuais, aquisições de obra por uma coleção pública. São todos fatores que trazem **validação** e valorização. Coleções privadas, principalmente as que estão abertas à visita, também podem ser consideradas, mas não têm o mesmo peso que as institucionais.

4 PONTOS PARA PRECIFICAR BEM

CREDIBILIDADE

Colecionadores e negociantes de arte prestam atenção aos preços e esperam consistência. Dúvidas e questionamentos surgem quando falta clareza e coerência na precificação.

REPUTAÇÃO

Precificar corretamente é essencial, sobretudo no início da carreira, para que se construa uma reputação confiável e profissional com outros agentes do mercado. É comum que se comparem os preços entre obras similares ou artistas da mesma geração, e a precificação consistente é positiva para a avaliação.

LEGALIDADE

Evita problemas jurídicos, caso tenha que justificar os valores a uma companhia de seguros, por exemplo, ao participar de uma exposição. É complicado justificar os valores se eles são muito voláteis. É difícil que uma seguradora aceite um valor alto pelo “apego emocional” do artista pela obra, por exemplo. As justificativas devem ser amparadas pelo currículo e histórico de vendas.

REMUNERAÇÃO

Garante a compensação correta pelo tempo e material gastos na produção. É comum um artista jovem perceber, depois de fechada a venda e repartido o valor com a galeria, que a parte que lhe coube não paga o investimento na obra.

Devo ou não devo?

Um guia rápido para precificar a obra

Deve	Não deve
Comparar preço com outros artistas da mesma geração, com produção equivalente.	Subestimar-se ou subestimar seu trabalho. O contrário, superestimar, também não é bom.
Manter valores iguais no ateliê e em todos os pontos de venda. A tabela sempre é única perante qualquer comprador, haja intermediários ou não.	Deixar sua emoção ou ímpeto sugerir o valor a cobrar pela obra.
Manter-se firme em sua decisão, uma vez estabelecido o valor.	Deixar-se influenciar por quem leva vantagem com a decisão.



FICA A DICA

OLHE EM VOLTA

Considere o trabalho de outros artistas comparáveis ao seu em termos de técnica, temática e tempo de carreira, trajetórias, redes de contato e locais de atuação semelhantes, sem deixar de pesar as conquistas (prêmios, exposições), a experiência e a produção desses artistas. De nada adianta comparar-se com um contemporâneo se ele já está em outro patamar de carreira. A pesquisa pode ser feita pela internet, com visitas às galerias e até numa linha direta com os pares. Tente entender como eles precificam seus trabalhos e por quê. Essa informação pode ser um excelente indicador para garantir que seus preços estejam no patamar correto.

RECUPERE O INVESTIMENTO

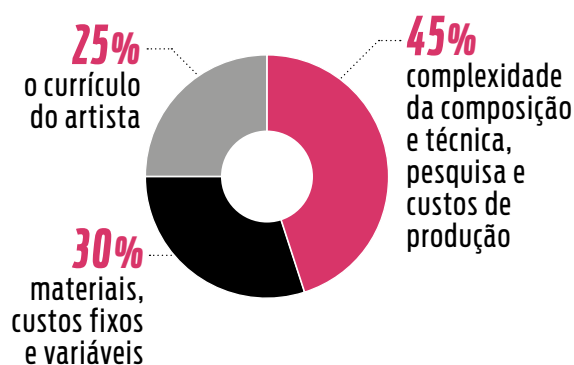
O artista consome tempo e recursos materiais na produção da obra. Um valor por hora trabalhada razoável e os custos de materiais empregados, assim como aluguéis e contas do ateliê, caso possua um, devem ser levados

em conta. Essa maneira de precificar é comum nos Estados Unidos, mas não no Brasil. É uma forma interessante porque reduz a subjetividade na hora de calcular um valor.

USE UMA FÓRMULA

Na complexa fórmula da precificação, pesam ainda fatores como o nível de conhecimento do artista, trajetória profissional, exposições, coleções, prêmios, reconhecimento do mercado, cursos e outros aprimoramentos culturais e riquezas conceituais adquiridas.

Uma **equação interessante** para saber o peso de cada custo no preço final é esta:



NÃO REDUZA O PREÇO À METADE

Se o artista vende o próprio trabalho no ateliê por metade do preço pedido em uma galeria, está cometendo um erro grave, além de competir de forma desleal com a galeria que o representa. Muitos pensam que a composição do valor é feita pela quantia que o artista deseja receber mais a comissão da galeria. É e não é: quando vende sua obra por meio de uma galeria, o artista divide o valor com ela, que recebe a 50% pelo tempo e esforço dedicado para realizar a venda e para divulgar o trabalho do artista.

Escritórios e consultores de arte recebem comissionamento menor, de 10% a 20%. Quem vende sozinho, sem intermediários, **pode até oferecer desconto** se achar apropriado, mas não pode reduzir o preço pela metade. Isso é desleal com aquele que é seu sócio, a galeria, e danifica a reputação.

DÊ DESCONTO DE INICIANTE

Pense no seu valor de forma prática. Artistas em início de carreira devem ter **preços acessíveis**, independente da qualidade do trabalho e do ineditismo. A cada ano ou a cada grande marco, faça um reajuste (talvez de 5% a 10%). Dessa forma, seu valor de mercado deve aumentar naturalmente com base no desenvolvimento de sua carreira artística e produção. Lembre-se que é “uma maratona”, e não uma “corrida curta”. Se o valor estabelecido no início é muito alto, é provável que no meio da carreira as obras atinjam um patamar que inviabiliza a comercialização. Há casos nos quais o valor inicial é estabelecido com pequenos ajustes durante um período de teste. É uma forma subjetiva que se assemelha à maneira como os leilões estabelecem as balizas mercadológicas.

EQUALIZE COM O MERCADO

Quem vende percebe como o mercado reage ao valor estabelecido e, dependendo da demanda, o valor vai sendo equalizado até encontrar um equilíbrio. Cada vez que o mercado pressiona, quando há muita procura, por exemplo, esses valores sobem. Se o trabalho não vende, costuma-se reduzir o valor até que ele volte a vender. Este tipo de precificação subjetiva está bastante ligado à formação das **bolhas no mercado** e é a razão de alguns artistas muito jovens venderem obras por valores muito mais altos que outros com carreira muito mais consolidada.

AJUSTE VALORES

Caso o valor definido não esteja adequado, ele deve ser **repensado**, mas sempre com coerência. É importante estabelecer uma lógica que faça sentido para a produção do artista e mantê-la ao definir preços e também ao revisá-los e incrementá-los ao longo do tempo. Lembrando que, quanto maior o trabalho, mais ele custará. O mesmo vale para trabalhos que, embora pequenos, exigiram tanto esforço quanto trabalhos maiores. Mas, se alguma obra fica com o valor muito alto, o ideal é ajustar.

O que é o valor por metro?

COMO REFERÊNCIA PARA trabalhos bidimensionais, como fotografia e pintura, existe uma prática simples de calcular o “valor por metro”. O cálculo de uma obra que tem 2 m x 1 m, por exemplo, é feito assim:

METRO LINEAR:

soma dos lados

$$2 \text{ m} + 1 \text{ m} = 3 \text{ metros lineares}$$

METRO QUADRADO:

multiplicação dos lados

$$2 \text{ m} \times 1 \text{ m} = 2 \text{ metros quadrados}$$

Para medir o metro linear de uma obra, podemos usar instrumentos como réguas e trenas, ou mesmo aplicativos que utilizam a câmera do telefone para realizar o cálculo, como o Photo Measures.

Para calcular o preço da obra, o próximo passo é **multiplicar o metro linear por** um valor de referência fixo, o **valor artista**. Esse valor é formado levando em conta a comparação com trabalhos equivalentes de pares, técnica, grau de complexidade da obra, currículo do artista e seu grau de maturidade. A esse valor, o artista adiciona quanto gastou em materiais para desenvolver a obra (incluindo impressões, montagens e molduras), pois esse valor deverá retornar ao artista quando a obra for vendida.

Apesar de a conta servir de base para a definição do valor, evite falar em termos como “o metro custa tanto”. O ideal é calcular e estabelecer um valor para cada obra e justificar falando da obra em si.

EXEMPLO

Valor de uma pintura de 1 m x 2 m, cujo “valor artista” tenha sido definido em R\$ 2.000, com custo de material estimado em R\$ 500:

Calcule o metro linear

$$1 \text{ m} + 2 \text{ m} = 3 \text{ metros lineares}$$

Multiplique o metro linear pelo “valor artista”

$$3 \times \text{R\$ } 2.000 = \text{R\$ } 6.000$$

Some o custo de material

$$\text{R\$ } 6.000 + \text{R\$ } 500 = \text{R\$ } 6.500$$



ATENÇÃO!

Se vender por meio de uma galeria, o artista ficará com a metade do valor. Essa metade deverá cobrir os custos que você teve para produzir, além do lucro. Se o custo de produção for descontado antes da divisão do valor final entre artista e galeria, a galeria pode participar dos custos e, com isso, o lucro do artista será maior.

Trabalho em série

EM RELAÇÃO AOS MÚLTIPLOS DE ARTISTA, a precificação deve seguir a mesma regra, levando em consideração os custos de produção da série, bem como o “valor artista”, mas elas normalmente são **mais baratas** que as obras únicas por se tratar de uma edição. Nesse caso, tiragens menores podem ter valor maior do que tiragens muito grandes (acima de 100 cópias).

Aqui vale a mesma regra: o artista deve pesquisar o valor de edições e múltiplos de outros artistas que possuam a mesma tiragem e compará-las. Mas lembre-se de que a desconsideração dos custos de produção pode acarretar prejuízo.

Se estiver produzindo por meio de uma editora de múltiplos que também vai cuidar das vendas, recomenda-se que o artista discuta com os responsáveis o melhor valor para garantir algumas cópias para uso ou coleção pessoal. É muito importante que todas essas definições constem de um contrato entre a editora e o artista.

A **precificação correta** da obra pode dar trabalho, mas **compensa**. Isso traz vários benefícios para o artista, permite que construa sua carreira com credibilidade e estabeleça uma excelente reputação entre compradores e colecionadores.



FICA A DICA

GUARDE BEM OS SEUS TRUNFOS

Uma **obra** que possua características **excepcionais** do ponto de vista da criação ou produção pode ser guardada pelo artista para ser exibida em uma ocasião especial ou vendida em uma oportunidade única. Não é recomendado, no entanto, cobrar aleatoriamente preços variados, alegando uma excepcionalidade de qualidade que não possa ser justificada.

Guardar trabalhos específicos é bom para a carreira. É importante colecionar o próprio trabalho. Além disso, é um bom **mote de venda** dizer que determinado **trabalho** é o **preferido do artista**.

É bom dar desconto?

APÓS CONSIDERAÇÃO CUIDADOSA sobre o valor da obra, levando em conta todos os fatores mencionados anteriormente, mantenha-se **firme e saiba justificar** o valor. Quanto mais confiança o artista passa ao falar do assunto, menos desconfiança ele gera.

O artista não deve se deixar abater nem pelo colecionador mais insistente. **O artista deve definir antecipadamente** quanto **desconto** está disposto a dar e em quantas parcelas está disposto a recebe-las (no ateliê e na galeria). O artista deve ter confiança em si mesmo, pois ela auxilia a conseguir o **valor merecido** pelo trabalho.

Exemplos de descontos

- Para pagamento à vista, artistas podem oferecer até 20% de desconto
- Para pagamento parcelado, um desconto menor (de 5% a 10%)
- Parcelamentos superiores a 10 vezes não deveriam ter desconto. Lembre-se de que este é o seu trabalho e que nenhum banco financia compras sem cobrar juros.

20%
é o limite de desconto. Abatimentos superiores a esse geram uma distorção no valor real da obra.

Para dar esse desconto, algumas galerias aumentam os valores, então o desconto que elas oferecem não é real. O problema é que, ao fazer isso, elas estabelecem um novo valor para a obra, que dificilmente vai ser reduzido.

10. Obrigações de comunicação ao Iphan

Medidas para prevenir a lavagem de dinheiro

AS PORTARIAS IPHAN nº 396/2016 e nº 80/2017 disciplinam as medidas para prevenir lavagem de dinheiro no mercado de arte e antiguidades. De acordo com a Lei nº 9.613/1998, as pessoas físicas e jurídicas que comercializam obras de qualquer natureza, de forma direta ou indireta, ficaram submetidas às seguintes obrigações:

INSCRIÇÃO NO CNART

Quem comercializa obras de arte deve, obrigatoriamente, fazer inscrição no Cadastro Nacional de Negociantes de Antiguidades e Obras de Arte (CNART) do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico (Iphan).

TREINAMENTO DE FUNCIONÁRIOS

Todos os funcionários subordinados a negociantes de arte devem ter conhecimento das medidas para prevenir a lavagem de dinheiro. Da mesma forma, o artista que conta com uma equipe deve promover um treinamento entre seus colaboradores da área comercial e financeira para explicar os procedimentos e controles internos que serão implementados e o papel de cada um na aplicação das ações.

O treinamento é dispensável para funcionários que não tenham relação com as vendas, com os clientes e com aspectos financeiros das transações. Também é recomendada a elaboração de um material escrito para

distribuição aos funcionários, com explicação acerca das situações que podem configurar lavagem de dinheiro e das ações que devem ser tomadas no caso de se verificar alguma situação complicada.

MANUTENÇÃO DE CADASTRO DE CLIENTES

Pelas normas, a pessoa que comercializa obras de arte é obrigada a manter o cadastro de clientes (pessoas físicas ou jurídicas) que tenham feito transações de valor igual ou superior a R\$ 10.000, bem como operações realizadas em um mesmo mês inferiores a R\$ 10.000, mas que, somadas, superam este montante. Apesar do limite financeiro indicado pela norma, a rigor é interessante manter cadastro de todos os clientes. O cadastro deverá conter, no mínimo:

- Nome ou razão social
- Endereço eletrônico e/ou página da internet
- Endereço completo e telefone
- RG/CPF ou CNPJ
- Atividade principal desenvolvida (pessoa jurídica)
- Enquadramento na condição de pessoa exposta politicamente (PEP), no caso de pessoa física
- Nome de controladora(s), controlada(s) e coligada(s), se for o caso (pessoa jurídica)

MANUTENÇÃO DE REGISTRO DE OPERAÇÕES

A pessoa que comercializa obras de arte é obrigada a manter um relatório com o registro de todas as operações de valor igual ou superior a R\$ 10.000, bem como operações realizadas em um mesmo mês pelo mesmo cliente que, ainda que sejam inferiores a R\$ 10.000 superem este valor quando somadas. O relatório deverá conter, no mínimo:

- Nome do cliente e dos demais envolvidos, inclusive beneficiários finais ou terceiros pagantes
- Descrição pormenorizada das obras vendidas
- Valor da operação
- Data da operação
- Forma e meio de pagamento

COMUNICAÇÃO AO CONSELHO DE CONTROLE DE ATIVIDADES FINANCEIRAS (COAF)

A pessoa que comercializa obras de arte é obrigada a comunicar ao Coaf a ocorrência de qualquer operação ou conjunto de operações de um mesmo cliente que envolva o pagamento ou recebimento em dinheiro de valor igual ou superior a R\$ 10.000, assim como qualquer situação que pareça suspeita de lavagem de dinheiro.

Situações consideradas suspeitas de lavagem de dinheiro

- Realização de repetidas operações em valor próximo ao limite mínimo estabelecido para registro (R\$ 10.000).
- Operação em que o cliente não se disponha a cumprir as exigências cadastrais ou tente induzir os responsáveis pelo cadastramento a não registrar dados que possam permitir a identificação da operação realizada.
- Operações com pessoas sem tradição no mercado, movimentando elevadas quantias na compra e venda de obras.
- Operação em que o cliente não aparente possuir condições financeiras para sua concretização (como um “laranja” ou “testa de ferro”).
- Operação em que seja proposto pagamento por meio de transferência de recursos entre contas no exterior, quer permitindo ou não o rastreamento de dinheiro.
- Proposta de superfaturamento ou subfaturamento em transações com as obras.
- Operação ou proposta envolvendo pessoa jurídica cujos beneficiários finais, sócios, acionistas, procuradores ou representantes legais mantenham domicílio em jurisdições consideradas pelo Grupo de Ação contra a Lavagem de Dinheiro e o Financiamento do Terrorismo (Gafi) de alto risco ou com deficiências

estratégicas de prevenção e combate à lavagem de dinheiro e ao financiamento do terrorismo, bem como países ou dependências consideradas pela Receita Federal como paraísos fiscais.

- Operação de compra ou venda cujo vendedor ou comprador tenha sido anteriormente dono do mesmo bem.
- Operação cujo pagamento ou recebimento se dê em nome de terceiros, pessoa física ou jurídica estrangeira em “paraísos fiscais”, caso isso esteja sendo usado para mascarar a verdadeira identidade do comprador, vendedor ou proprietário dos bens.
- Quaisquer operações que, considerando as partes e demais envolvidos, os valores, os modos de realização, o meio e a forma de pagamento, ou a falta de base econômica ou fundamento legal, possam configurar sérios indícios da ocorrência dos crimes previstos na Lei nº 9.613/1998 (lavagem de dinheiro).
- Todas as operações, propostas ou realizadas, envolvendo as situações descritas na Lei nº 13.260, de 2016 (Lei Antiterrorismo).

COMUNICAÇÃO DE NÃO OCORRÊNCIA AO COAF

Caso não tenha havido durante o ano nenhuma transação que seja de comunicação obrigatória ao Conselho de Controle de Atividades Financeiras (Coaf), o comerciante deverá realizar uma comunicação de não ocorrência por meio do Cadastro Nacional de Negociantes de Antiguidades e Obras de Arte (CNART) até o último dia de janeiro do ano subsequente.

Apesar de a legislação do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico (Iphan) não mencionar explicitamente os artistas, ela fala de quaisquer pessoas que comercializem obras de arte de forma direta ou indireta, o que também abrangeria os artistas.

**INTER
NACIONAL
NALI
ZAÇÃO**

Anos 1940

A arte produzida no Brasil começou a **despertar o interesse** internacional.

Anos 1960

O contato dos nossos artistas com a cena estrangeira **começa a se estreitar**, notadamente quando o curador britânico Guy Brett conhece a produção de Hélio Oiticica, Lygia Clark e Mira Schendel. Nessa época, Mira Schendel apresenta trabalhos na Signals Gallery (1966) e Hélio Oiticica expõe na Whitechapel Gallery (1969), ambas em Londres.

Algumas **instituições e curadores** foram fundamentais para divulgar a obra de artistas brasileiros nos Estados Unidos e na Europa – entre eles estão o Walker Art Center (Minneapolis), o Jeu de Paume (Paris), o Witte de With (Roterdã) e a Tate Modern (Londres). A Tate Modern conta, hoje, com 30 artistas brasileiros em sua coleção, cuja obra foi adquirida nos últimos 20 anos.

Anos 1980

Mais agentes brasileiros tornam-se importantes vetores da **difusão internacional** da produção contemporânea brasileira, como os galeristas Luisa Strina, Marcantônio Vilaça e Thomas Cohn, que iniciaram o movimento que se tornou uma prática corrente de apresentação da nossa produção no exterior e de introdução de artistas internacionais no Brasil.

1 Um breve histórico

Anos 2000

Criado em 2008 como uma política pública de apoio à internacionalização, o **Projeto Latitude** (Platform for Brazilian Art Galleries Abroad) é uma parceria público-privada entre a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil) e a Associação Brasileira de Arte Contemporânea (ABACT) para **representar galerias** do mercado primário.

O projeto promove as galerias brasileiras no exterior para aumentar os números de exportação do setor. Para isso, foca em **difusão artística** e na ampliação de **rede de contatos**, apresenta a cena brasileira para importantes agentes internacionais e cria oportunidades para galerias e artistas.

Hoje

A atuação de colecionadores privados brasileiros que atuam como patronos e apoiadores de instituições brasileiras e estrangeiras certamente influi na aquisição de obras por essas instituições e na programação das mostras. Alguns deles apoiam e mantêm projetos de residência que propiciam intercâmbio de artistas de diferentes nacionalidades.

“A internacionalização e o amplo reconhecimento da produção artística brasileira são processos positivos e irreversíveis, e o papel do mercado tem sido importante. Mas os artistas necessitam de plataformas e iniciativas que fomentem produção, circulação, pesquisa e experimentação, responsabilidade que o mercado, por sua própria natureza, não deveria assumir integralmente. O problema consiste em não termos consolidado no Brasil um sistema das artes que fomente, pesquise, exiba, critique, publique e colecionem a produção contemporânea, colocando-a em contexto e construindo narrativas próprias, de forma a estabelecer um diálogo horizontal com circuito internacional.”

Ana Letícia Fialho, pesquisadora e coordenadora das quatro primeiras edições da pesquisa setorial do Projeto Latitude

Crescimento das exportações de arte
Exportações temporárias e definitivas realizadas por
galerias brasileiras associadas ao Projeto Latitude

2011
US\$ 18,6
milhões

2014
US\$ 33,9
milhões

Fonte "Inteligência comercial Projeto Latitude/unidade de planejamento e orçamento APEX Brasil", em pesquisa setorial "O Mercado de Arte Contemporânea no Brasil" (coordenação Dra Ana Letícia Fialho)
Ⓜ <http://latitudebrasil.org/pesquisa-setorial/>

2. Por que pensar em internacionalização?

A internacionalização não é necessariamente o próximo passo quando o artista atinge a maturidade e consolida seu trabalho no país. Aliás, é bastante comum haver simultaneidade nesses dois esforços, e a inserção institucional e comercial internacional pode ativar positivamente o desenvolvimento da carreira nacionalmente.

3 razões para internacionalizar o trabalho do artista

1

Melhoria do repertório

A abertura para trocas coloca o artista em contato com a diversidade de contextos, de discursos, de bagagens culturais e de técnicas que enriquecem seu repertório e são um complemento muito saudável para o desenvolvimento de suas pesquisas.

2

Liberdade de mudança

O artista tem grande mobilidade: como em geral trabalha de forma independente, seu calendário permite planejar deslocamentos e imersões para realizar projetos e estudos no exterior, aproveitando sua autonomia para se confrontar com realidades que o desafiem.

3

Ampliação a rede de contatos

Qualquer deslocamento expande as possibilidades de conhecer novas pessoas, instituições e eventos que levem a oportunidades imediatas ou futuras de apresentar o trabalho e ser percebido.

Maior difusão da produção

A soma de todos os pontos acima pode multiplicar a oportunidades de difusão e de circulação do trabalho do artista.

2 estratégias para se internacionalizar

O **BRASIL VEM** se tornando progressivamente um território internacionalizado no campo das artes. Como agentes internacionais atuam cada vez mais em vários países, e também no Brasil, nem sempre é necessário se deslocar para se internacionalizar.

A preparação é a melhor maneira de obter sucesso em qualquer empreitada internacional. Isso envolve estudar o território, mapear as instituições e os agentes envolvidos, planejar aspectos práticos (deslocamentos, hospedagem, alimentação, custos de produção) e dominar suficientemente o idioma para se comunicar com os locais e com seus interlocutores diretos. Nesta etapa, o artista pode escolher dois caminhos:

CRIAR SUAS PRÓPRIAS OPORTUNIDADES

O **ARTISTA ARTICULA** e aciona suas redes de contato, e a imersão pode acontecer a partir da recepção de um artista estrangeiro em sua casa, da proposição de correspondência, de intercâmbio, permuta ou cocriação de trabalho com artistas estrangeiros. O artista usa os meios que já possui: suas ideias, saberes e conhecimentos, sua casa, seu trabalho e seus meios de produção.

ATUAR COM AGENTES E PLATAFORMAS DE INTERNACIONALIZAÇÃO

O **ARTISTA USA** agentes e plataformas que já existem: apoio de galeristas, curadores, colecionadores e instituições. São eles que fazem a intermediação do acesso a outros públicos para inserção comercial ou institucional. Isso depende da representação por um galerista que exponha seu trabalho em uma feira internacional, da apresentação do trabalho feita por um crítico ou curador em publicações estrangeiras, bem como da participação em exposições em instituições fora do país. O artista também pode usar pla-

taformas existentes, como residências artísticas, editais e prêmios.

Saiba mais sobre os agentes e as plataformas para internacionalização no capítulo seguinte.

Agentes e plataformas de internacionalização

AGENTES

SÃO OS RESPONSÁVEIS por promover, divulgar, apresentar e comercializar o trabalho do artista para difundir e multiplicar o conteúdo artístico e criar impacto num âmbito. O processo pode se dar a partir do que chamamos de “plataformas”.

PLATAFORMAS

SÃO OS EVENTOS e as ferramentas que reúnem os diferentes agentes, a interface da produção artística e o público.

Os **eventos** podem ter caráter institucional, de fomento à experimentação artística, promoção cultural e ação educativa – como as exposições institucionais, as bienais, as residências e os salões de arte – ou comercial, como as exposições em galerias e feiras de arte.

Editais, salões, prêmios e residências artísticas são importantes instrumentos para a inserção de artistas no circuito e no mercado de arte – e o mesmo vale para o mercado internacional.

O fato de um artista ser representado por uma galeria facilita a apresentação do seu trabalho em **feiras internacionais**, já que a grande maioria das feiras aceita apenas galerias como expositores, apesar de já haver feiras em que artistas podem se inscrever diretamente.

Artistas podem ser convidados a participar de uma **mostra coletiva**, uma excelente oportunidade de internacionalização, principalmente em bienais e trienais, por exemplo.

As **residências artísticas** normalmente organizam visitas de curadores e outras pessoas do mercado e podem ajudar o artista a se inserir nesse meio. O ideal é que, durante a residência, o artista dedique tempo para ampliar suas redes: conhecer pessoas, apresentar

o trabalho, buscar uma galeria comercial que esteja disposta a representá-lo. Alguns sites divulgam residências e outros eventos semelhantes (o mais conhecido é o www.resartis.org/en/); outros divulgam as iniciativas locais e internacionais, como o Mapa das Artes e o Canal Contemporâneo.

INSERÇÃO INSTITUCIONAL



INSERÇÃO COMERCIAL



Fonte pesquisa própria

E QUEM NÃO TEM REPRESENTAÇÃO COMERCIAL?

Alguns curadores pesquisam e procuram artistas diretamente, sem o intermédio de galerias, e existem fundações internacionais que financiam artistas sem representação comercial, como a Horizon, a Fundação Pollock-Krasner, a Creative Capital e a The Harpo Foundation Grants for Visual Artists, por exemplo.

Como se preparar?

É **IMPORTANTE DOMINAR** pelo menos mais um **idioma** além do português. A experiência é bem mais aproveitada quando o artista se comunica em inglês ou espanhol e pode falar sobre si e seu trabalho sem necessidade de intérpretes, raras vezes disponibilizados.

Informe-se sobre o tipo de **visto** correto para participar de atividades internacionais. Para evitar problemas, cheque se o país de destino exige um visto especial ou autorização de trabalho. Para produzir ou exibir em outro país, o artista normalmente precisa de um visto especial. O visto de turista não permite essas atividades e não protege contra a deportação. Em alguns países, além do visto, é preciso apresentar autorização de trabalho, carta-convite da instituição ou comprovante de rendimentos. A instituição ou residência que recebe o artista pode orientá-lo a esse respeito; se isso não ocorrer, recomenda-se que o artista entre em contato com a embaixada do país e se informe sobre o procedimento correto. [Saiba mais no item Exportação de Serviços](#)

82,9%

dos artistas frequentam eventos e espaços internacionais com alguma regularidade; galerias, instituições, feiras e bienais são os mais visitados nesta ordem.

Fonte pesquisa própria

61,5%

dos artistas consultados em nossa pesquisa falam inglês fluente ou têm um domínio avançado do idioma

32,4%

falam espanhol nesse mesmo nível

Fonte pesquisa própria

Apenas **16,2%**

dos artistas consideram-se muito familiarizados ou familiarizados em relação a noções de comércio exterior.

Fonte pesquisa própria

3. Comércio exterior: definições

O que é?

O **COMÉRCIO EXTERIOR** engloba as transações realizadas entre países ou pessoas (físicas ou jurídicas) que moram em países distintos, resultando no trânsito econômico ou jurídico de bens ou de serviços entre eles. Por meio do comércio exterior, concretizam-se as estratégias de internacionalização: é a partir das importações e exportações de obras, materiais ou serviços que acontece o intercâmbio com o público-alvo identificado no exterior.

As operações de comércio exterior podem envolver tanto bens materiais (como obras de arte e material para sua elaboração) como serviços (ações como, por exemplo, o compromisso de elaborar uma obra de arte por encomenda, pintar um mural ou ministrar uma palestra ou *workshop*).

É importante saber que importações e exportações também podem ser realizadas sem finalidade comercial ou sem transmissão da propriedade de um bem, como ocorre com doações, empréstimos ou locação de bens. O que configura importação ou exportação é o ingresso desses bens no território aduaneiro de um determinado país, não importando se houve compra e venda. No caso dos serviços, a importação ou exportação independente de procedimentos aduaneiros e é muito menos burocrática.

Quais são as regras?

O **COMÉRCIO INTERNACIONAL** disciplinado pelo direito comercial internacional, pelo direito aduaneiro dos países envolvidos e, conforme o caso, pelo direito tributário, pois algumas operações são tributadas (em geral, a importação).

Cada país tem autonomia e soberania para legislar sobre comércio exterior em seu território, mas boa parte das normas que os países aplicam em

suas legislações internas tem origem em tratados internacionais assinados pela maioria dos países. Embora não totalmente padronizadas, as regras mais básicas de importação e exportação aplicadas no comércio transnacional são bastante parecidas na maior parte dos países.

Operações básicas

EXPORTAÇÃO

É A SAÍDA de um bem do território aduaneiro de um país com destino ao exterior. Ela pode ser:

DEFINITIVA quando não há expectativa de retorno do bem, e sim transferência de sua propriedade. A modalidade mais usual de exportação definitiva de bens materiais é a venda de bens para uma pessoa que mora no exterior, mas também pode haver exportações definitivas devido a doações ou permutas (trocas).

TEMPORÁRIA se não há transferência da propriedade, mas expectativa de retorno do bem em um prazo definido. As exportações temporárias podem ser feitas em razão de empréstimos, de cessões de bens para variadas finalidades (exposições) ou, ainda, com a finalidade de comercialização futura (consignação).

COM FINS COMERCIAIS há transferência de propriedade mediante pagamento, feita no contexto da atividade comercial ou empresarial do artista com finalidade de lucro por meio de compra e vendas.

SEM FINS COMERCIAIS quando há empréstimo ou doação, sem cobrança financeira e com fins exclusivamente culturais, como as remessas de obras para exposição em museus, galerias e outras instituições para promoção institucional e exibição das obras do artista.

É A EXPORTAÇÃO DE SERVIÇOS?

Acontece quando se assume a obrigação de realizar uma determinada ação

para uma pessoa que vive no exterior, considerando-se que a ação pode resultar ou não em um bem material.

A ação que caracteriza o serviço exportado não precisa, necessariamente, ser realizada no exterior, mas, para que se configure uma exportação, o contratante deve residir no exterior e o resultado do serviço deve ser verificado no exterior, ainda que a ação tenha se realizado no Brasil.

EXEMPLO

Há exportação de serviços, por exemplo, quando um artista é contratado para pintar um painel ou convidado a dar palestra ou *workshop* em outro país. No primeiro caso, a ação foi realizada no exterior, o resultado é um bem material localizado em outro país e o objeto principal da contratação é a ação em si (pintar o mural). No segundo caso, não há resultado material e é até possível que a palestra ou o *workshop* sejam feitos virtualmente, por videoconferência a partir do Brasil, desde que seja possível confirmar que o resultado ocorre no exterior.



TRIBUTOS

Normalmente não há incidência de tributos nas exportações de bens e serviços. O exportador deve apenas cumprir as obrigações cabíveis em cada caso, como emitir notas fiscais e fazer registros em sistemas de controle, como SISCOMEX e SISCOSERV.

IMPORTAÇÃO

É A ENTRADA de um bem estrangeiro no território aduaneiro brasileiro. Ela pode ser:

DEFINITIVA quando não há expectativa de retorno do bem ao exterior, e sim transferência de sua propriedade. A modalidade mais usual de importação definitiva de bens materiais é a compra de bens de uma pessoa que mora

no exterior, mas também pode haver importação definitiva devido a doações ou permutas (trocas).

TEMPORÁRIA se não há transferência da propriedade, mas expectativa de retorno do bem em um prazo definido. As importações temporárias podem ser feitas em razão de empréstimos, de cessões de bens para variadas finalidades (exposições) ou, ainda, com a finalidade de comercialização futura (consignação).

COM FINS COMERCIAIS há transferência de propriedade mediante pagamento, feita no contexto da atividade comercial ou empresarial do artista com finalidade de lucro por meio de compra e vendas.

SEM FINS COMERCIAIS quando há empréstimo ou doação, sem cobrança financeira e com fins exclusivamente culturais, como as remessas de obras para exposição em museus, galerias e outras instituições para promoção institucional e exibição das obras do artista.

E A IMPORTAÇÃO DE SERVIÇOS?

Acontece quando uma pessoa que vive no Brasil contrata outra, que mora no exterior, para realizar uma ação. A ação contratada pode tanto ser realizada no Brasil como no exterior, desde que o resultado do serviço ocorra no Brasil.



TRIBUTOS

Na importação de bens materiais ou de serviços costuma haver tributação, bem como obrigação de cumprir obrigações acessórias.

Parcerias internacionais

O ARTISTA OU a galeria que o representa poderá realizar parcerias com galerias internacionais ou agentes independentes caso deseje iniciar um processo de internacionalização sem poder arcar com os altos custos de uma feira. Elas podem ser firmadas entre galerias comerciais em qualquer outro país, museu ou centro cultural, com a finalidade de realizar vendas e promoção das obras do artista.

Vendas diretas

O ARTISTA PODE vender suas obras diretamente para clientes internacionais. Essa venda pode se concretizar no Brasil com a entrega da obra em território nacional, caso o cliente esteja no país e faça contato com o artista; ou no exterior, com remessa da obra em operação de exportação, caso o comprador não esteja no Brasil. Essas vendas também podem decorrer de participação em feiras ou exposições internacionais.

1 Receita Federal do Brasil (RFB)



Ministério da Fazenda



Receita Federal do Brasil (RFB)

Subordinada ao Ministério da Fazenda, coordena e administra a cobrança de tributos federais e elabora normas para fiscalizar a arrecadação. Também é responsável por elaborar a política tributária do poder público federal. É a RFB que administra e executa as atividades de comércio exterior e expede normas que regulam a atividade de exportação e importação de bens e serviços.



Alfândegas ou aduanas

A administração e a fiscalização do comércio exterior são feitas pelas alfândegas (também chamadas de aduanas), localizadas em fronteiras, portos e aeroportos brasileiros. Qualquer operação de importação ou exportação deve passar pelo controle das alfândegas.



SISCOMEX

Esse controle é feito por meio do registro online da operação no SISCOMEX e pela intervenção dos fiscais da alfândega, que conduzem a inspeção dos documentos do processo ou dos bens que estão sendo importados/exportados.



ATENÇÃO!

Em caso de irregularidades, a fiscalização pode aplicar multas e outras penalidades, dando origem a processos administrativos que são julgados no âmbito da RFB.

2. DESPACHANTE ADUANEIRO

É O **PROFISSIONAL** que ajuda importadores e exportadores nos procedimentos administrativos e burocráticos envolvidos nos processos aduaneiros. Sua contratação não é obrigatória, mas é de praxe no mercado, uma vez que o processo de registro da operação e da liberação dos bens tem muitas peculiaridades e costuma ser bastante complicado.

A participação do despachante no processo de despacho aduaneiro de bens está prevista no Regulamento Aduaneiro (arts. 808 a 810) e os requisitos para o exercício da atividade estão previstos em regulamentação da RFB (Instrução Normativa RFB nº 1209/2011).

O QUE FAZ O DESPACHANTE?

- Atua como procurador dos importadores e exportadores, com poder para fazer todos os procedimentos necessários ao registro das operações de comércio exterior no SISCOMEX (registro das declarações de importação e registro de exportação).
- Recebe, analisa e organiza os documentos necessários para o registro da operação. Em geral são: fatura comercial, AWB, *packing list* e DSBC emitida pelo Iphan, mas, dependendo das circunstâncias particulares da operação, poderão ser exigidos outros documentos.
- Orienta os importadores e exportadores sobre procedimentos e ações necessários para efetivar a operação.
- Coordena as questões logísticas, como:
 - Definição do meio de transporte doméstico e internacional, armazenagem e contratação de seguro
 - Coleta e embalagem das obras
 - Contratação de transporte interno até o porto/aeroporto
 - Reserva de voo internacional

- Coordenação do recebimento da carga no exterior
- Emissão nota fiscal de exportação para artistas que são pessoa jurídica.
- Comunicação com agentes logísticos contratados no Brasil e no exterior (ou com representantes do comprador ou vendedor no exterior).

- Atende exigências dos fiscais aduaneiros.
- Representa o importador ou exportador em processos de fiscalização.
- Registra a operação no SISCOMEX. Esse sistema poderá parametrizar a operação da seguinte maneira:

Canal verde: liberação automática; a carga já é liberada para embarcar.

Canal amarelo, vermelho ou cinza: o processo será encaminhado aos fiscais da alfândega para análise e verificação dos documentos ou análise dos documentos e verificação física da carga. Se após as verificações não forem encontrados erros ou irregularidades, haverá o chamado desembaraço aduaneiro, ou seja, a liberação para o embarque.

OBSERVAÇÃO

Muitos despachantes, especialmente no mercado das artes, assessoram os importadores e exportadores sobre como obter regimes aduaneiros especiais de importação ou exportação temporária, que permitem receber ou enviar obras por tempo determinado.

3. CORRETORAS DE CÂMBIO

OPERAÇÕES DE COMÉRCIO exterior podem ser realizadas com ou sem cobertura cambial (pagamento em moeda estrangeira). Quando há cobertura cambial, importador ou exportador precisam da intervenção de uma sociedade corretora de câmbio devida-

mente estabelecida segundo as normas do Banco Central do Brasil.

4. BANCO CENTRAL DO BRASIL

ESTABELECE A POLÍTICA cambial brasileira e regulamenta o mercado de câmbio. Essa regulamentação afeta de forma significativa os importadores e exportadores, porque existem normas a serem seguidas (requisitos e proibições) no fechamento dos contratos de câmbio junto às corretoras para pagamentos ou recebimentos relacionados às importações ou exportações.

5. INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL (IPHAN)

ÓRGÃO FEDERAL DE proteção ao patrimônio artístico nacional, responsável pela análise e pela autorização de saída de bens culturais do território brasileiro.

! ATENÇÃO!

Em todas as exportações de bens de caráter cultural (incluindo obras de arte), o exportador deve pedir ao Iphan a emissão da Declaração de Saída de Bens Culturais (DSBC). Esse documento deve ser anexado ao processo de exportação; sem ele a exportação não será autorizada.

O que não pode sair do país:

- Artefatos, coleções ou acervos tombados pelo Iphan, como pinturas, esculturas, gravuras, peças de mobiliário, peças ou coleções de moedas e medalhas antigas e outros objetos cujo valor excepcional esteja reconhecido individualmente ou em conjunto pelo Iphan.
- Obras de arte e ofícios produzidos ou introduzidos no Brasil até o fim do período monárquico (1889), como pinturas, desenhos, esculturas, obra de talha, gravuras, elementos de arquitetura, imaginária, ourivesaria, peças de mobiliário.
- Objeto de interesse arqueológico ou pré-histórico, incluindo peças ou coleções de moedas e medalhas antigas.
- Livros e acervos documentais constituídos de obras brasileiras ou sobre o Brasil, editadas nos séculos XVI a XIX.

4. Como se preparar: requisitos jurídicos, administrativos e burocráticos

Pessoa física ou jurídica?

TANTO PESSOAS FÍSICAS como jurídicas podem operar no comércio internacional – basta observar quais são os requisitos específicos para cada situação.

PESSOA FÍSICA

- É a modalidade recomendada para quando o artista espera realizar operações episódicas – se forem habituais, é melhor constituir pessoa jurídica ou se registrar como microempreendedor individual.
- Para atuar como pessoa física, basta se cadastrar no SISCOMEX.

PESSOA JURÍDICA

- É a modalidade recomendada para quando o artista espera realizar operações habituais, o que configura a prática do comércio, que leva a obrigações burocráticas e fiscais que são próprias das empresas.
- Nesse caso, é preciso prever essas operações no objeto social da empresa (compra, venda, importação e exportação de bens). A empresa deve ter inscrição estadual devidamente atualizada e válida.
- Não há exigência quanto ao tipo societário ou ao regime fiscal escolhido pela empresa. Podem operar no comércio exterior as empresas organizadas como sociedade limitada, sociedade anônima, Eireli, microempresa, empresa de pequeno porte ou mesmo microempreendedores individuais.
- Quanto ao regime fiscal, as empresas podem ser optantes do lucro real, lucro presumido ou simples nacional.



Por onde começar?



Habilitação no Radar

TANTO O IMPORTADOR como o exportador devem se habilitar no Sistema Radar (Ambiente de Registro e Rastreamento da Atuação dos Intervenientes Aduaneiros), da Receita Federal. Esse é um sistema de registro e análise de informações pessoais sobre os participantes das operações de comércio exterior que visa prevenir fraudes.

Essa fase consiste em um exame prévio, por parte da fiscalização, de informações cadastrais, econômicas e financeiras de quem pretende realizar operações de comércio exterior, principalmente para estimar sua capacidade financeira para isso (especialmente na importação) e definir o enquadramento de sua habilitação.

A habilitação de exportadores e importadores no Radar é regida pela Instrução Normativa RFB 1603/2015.

Apenas
13,6%
dos artistas se consideram familiarizados ou muito familiarizados em relação às exigências jurídicas e contábeis para importação e exportação.

Fonte
pesquisa própria

Para exportadores, não existe limite do volume de operações, mas para os importadores há diferentes modalidades de habilitação no Radar, que correspondem a limites máximos de volume de operações num determinado período.

MODALIDADES DE HABILITAÇÃO

PESSOA FÍSICA só pode realizar operações de comércio exterior para consumo próprio ou para operações relativas a coleções particulares. Artistas podem realizar operações compatíveis com sua atividade profissional.

PESSOA JURÍDICA será submetida a análise fiscal no momento da habilitação, que estimará, entre outros pontos, sua capacidade financeira e definirá o enquadramento de sua habilitação.

A MODALIDADE PESSOA JURÍDICA ENGLOBA AS SEGUINTE SUBMODALIDADES:

EXPRESSA

Para operações de exportação sem limite de valores e de importação cuja soma dos valores, em cada período consecutivo de seis meses, seja inferior ou igual a US\$ 50.000. **Pode ser obtida pela internet** <https://goo.gl/DPPjFX>

LIMITADA para quando a estimativa de capacidade financeira é igual ou inferior a US\$ 150.000. As importações com cobertura cambial são limitadas a US\$ 150.000 no período de seis meses.

ILIMITADA para quando a estimativa de capacidade financeira é superior a US\$ 150.000, pois permite importações sem limite máximo de valor.



OBSERVAÇÃO

As modalidades limitada e ilimitada são submetidas a processos mais complicados, que poderão ser facilitados com a assistência de um profissional especializado (despachante aduaneiro).

Registro no SISCOMEX

DEPOIS DE SE habilitar no Radar e antes de exportar ou importar, pessoas físicas ou jurídicas devem se registrar no Sistema Integrado de Comércio Exterior (SISCOMEX), um sistema online da Receita Federal. Esse é o sistema utilizado por importadores, exportadores, despachantes aduaneiros e autoridades aduaneiras para registro, análise, acompanhamento e autorização das operações de comércio exterior.

É no SISCOMEX que exportadores e importadores registram as operações de importação e exportação e anexam os documentos necessários ao controle do Fisco. As autoridades fiscais fazem, então, as verificações cabíveis para liberar a operação.

5. As modalidades de exportação

EXISTEM CINCO REGIMES de exportação:

Exportação definitiva

O QUE É

Acontece quando o bem é definitivamente enviado ao exterior, sem expectativa de retorno. Normalmente é usada em casos de venda, mas também vale para doações, trocas (permutas) e outras modalidades de negócio que resultam em transferência de propriedade.



TRIBUTOS

A exportação está livre dos tributos que incidem sobre venda de mercadorias no Brasil, como ICMS, PIS e Cofins. Sobre a venda de obras para o mercado externo incide somente o imposto de renda. O artista pode escolher a tributação como pessoa física ou jurídica, sendo que a tributação como pessoa jurídica é significativamente menor.

Além disso, o recebimento em moeda estrangeira normalmente traz ganho financeiro/cambial, exceto em períodos, cada vez mais raros nos últimos anos, de

supervalorização do real. Em contrapartida, há um considerável aumento das obrigações burocráticas, que são mais numerosas e mais complicadas do que aquelas previstas para vendas no mercado interno.

Se o bem retornar ao Brasil posteriormente, será tributado como se fosse um bem estrangeiro (exceto em casos muito específicos, como devolução por defeito, troca ou cancelamento do negócio por motivos alheios à vontade do exportador).



AS 9 FASES DA EXPORTAÇÃO DEFINITIVA

1 - NEGOCIAÇÃO

Diálogos com o comprador no exterior para definição do preço, condição da venda, condições de pagamento e entrega. Dependendo da negociação e do acordo fechado, o custo e a responsabilidade por algumas das fases da exportação podem ser do comprador estrangeiro.

2 - CONTRATAÇÃO DO DESPACHANTE ADUANEIRO (OPCIONAL)

Para que a exportação seja efetivada, é aconselhável, embora não seja obrigatório, contratar um despachante aduaneiro ou uma empresa especializada em assessoria na área de comércio exterior.



ATENÇÃO!

Erros (mesmo pequenos), irregularidades ou informações falsas nos documentos que amparam a exportação podem travar o processo e dar início ao procedimento de fiscalização com pedidos de informações, esclarecimentos e/ou novos documentos. O processo de fiscalização pode resultar na aplicação de penalidades, algumas bem graves, como a pena de perdimento (confisco) da carga

3 - COMPILAÇÃO DOS DOCUMENTOS

Em geral são: fatura comercial, AWB, *packing list* e DSBC emitida pelo Iphan, mas, dependendo das circunstâncias particulares da operação, poderão ser exigidos outros documentos.

4 - TRANSPORTE

Definição do meio de transporte interno e internacional e de outras questões logísticas, como coleta, embalagem, armazenagem e contratação de seguro.

5 - [Registro da operação no SISCOMEX](#)

6 - **DESEMBARÇO ADUANEIRO**, com autorização para embarque

7 - **EMBARQUE PARA O EXTERIOR**

8 - **COORDENAÇÃO DA CHEGADA DA CARGA NO LOCAL DE DESTINO E ENTREGA AO DESTINATÁRIO**

9 - **RECEBIMENTO DO PREÇO E CONTRATAÇÃO DO CÂMBIO**

Em caso de exportação com cobertura cambial (com recebimento de valores em moeda estrangeira), é obrigatório receber o valor acertado pela venda em até 360 dias. Depois desse prazo, a operação será considerada uma operação financeira e deverá ter um registro específico no Banco Central (ROF).

Existe também a possibilidade de receber o preço no exterior em conta devidamente declarada, mas a manutenção do valor no exterior estará sujeita a uma declaração anual para a Receita Federal, por meio da qual o exportador deverá indicar a destinação do dinheiro recebido.

— Exportação em consignação —

O QUE É?

Esse regime permite a remessa temporária de obras e de outros bens para um destinatário no exterior sem uma venda prévia concluída, mas com objetivo específico de comercialização. É um procedimento razoavelmente simples e muito utilizado na estratégia de internacionalização de artistas e galerias.

Normalmente, a consignação é utilizada quando há um interessado em adquirir a obra ou uma possibilidade de comercialização no exterior (galeria, museu, colecionador, casa de leilões), mas ainda não há certeza sobre a concretização da compra. É muito utilizada na remessa de obras para feiras e casas de leilão.

Caso uma ou mais obras sejam vendidas, a venda deve ser informada à Receita Federal para converter o regime de exportação de consignação em definitiva. Caso uma ou mais obras não sejam vendidas e retornem ao Brasil, é feita a reimportação, sem incidência de tributos.

Embora não haja penalidade prevista para a falta de retorno de bem em consignação, não é recomendável que ele fique indefinidamente no exterior sem concretização da venda ou reimportação.

Não há um prazo máximo de permanência dos bens no exterior definido na legislação, mas sim a obrigação de comprovar, em 720 dias, o recebimento do preço, embora não haja previsão de penalidade para a falta de comprovação. A exportação em consignação não pode ter cobertura cambial, porque a venda ainda não está concluída. O fechamento do contrato de câmbio deverá ser feito se e quando a venda for concretizada, e a consignação for convertida em exportação definitiva.



TRIBUTOS

Se o bem não for vendido e retornar ao país, não sofrerá incidência de tributos. Se for vendido, a exportação em consignação deve ser convertida em ex-

portação definitiva e receberá o mesmo tratamento fiscal, cambial e administrativo que esta recebe.

Se o regime envolver a remessa de vários bens, é possível realizar a venda parcial. Nesse caso, os bens não vendidos retornam ao Brasil e os bens comercializados são considerados exportados definitivamente e tributados de acordo.

Se o prazo de 720 dias para a permanência dos bens no exterior for ultrapassado, a Receita Federal pode, ao menos em tese, considerar que o regime de consignação está desfeito e querer tributar o retorno dos bens, caso ele ocorra.

Exportação temporária

O QUE É?

A vantagem da exportação temporária é que ela permite enviar mercadorias ao exterior e não pagar tributos em seu retorno ao país, desde que elas retornem em prazo determinado e no mesmo estado em que foram exportadas.

É a modalidade mais recomendada para remessa de obras para exposições no exterior com fins culturais, embora não seja proibida a comercialização. Esse regime é mais usado em remessas para exposição em museus e outras instituições culturais e exposições em galerias e feiras, mas pode limitar as remessas com finalidade de venda para uma galeria sem a existência de uma exposição específica do artista.

Em termos práticos, a exportação temporária é bastante semelhante à exportação em consignação, porque ambas permitem a remessa de obras ao exterior por tempo determinado, sem a cobrança de tributos no retorno. A diferença básica está no prazo, pois a exportação em consignação permite a permanência das obras no exterior por 720 dias (ou ainda mais) e a exportação temporária tem prazo máximo de 2 anos.

Além disso, a exportação temporária precisa estar vinculada a um evento cultural específico (como uma exposição), enquanto a consignação pressupõe o foco na promoção e venda das obras.

O regime de exportação temporária é extinto quando comprovada a reimporta-

ção dos bens no prazo fixado ou se houver conversão em exportação definitiva. No caso de descumprimento das condições, requisitos ou prazos estabelecidos para a aplicação do regime, aplica-se multa de 5% do valor dos bens exportados. Como se trata de um regime aduaneiro especial, é necessário dar entrada em um pedido específico junto à Receita Federal.

A exportação temporária não pode ter cobertura cambial, pois o requisito essencial para sua aprovação é a destinação dos bens para eventos culturais sem finalidade comercial. Só deve haver fechamento de câmbio se, por acaso, as obras forem comercializadas e a exportação temporária for convertida em definitiva.

OS REQUISITOS ESSENCIAIS

EXIGIDOS POR LEI SÃO:

Os bens devem ser enviados ao exterior em caráter cultural (para exposição ou evento)

- É preciso comprovar o caráter cultural da remessa no pedido de registro do regime
- O prazo máximo de permanência dos bens no exterior é de 2 anos (12 meses, prorrogado automaticamente por mais 12); prazos maiores devem estar amparados por um contrato.

Consignação x temporária

Consignação

- Mais indicada quando há expectativa de venda.
- As obras podem ficar no exterior por 720 dias (ou mais).
- Foco na promoção e na venda das obras.



Temporária

- Mais indicada para eventos com fins culturais.
- As obras podem ficar no exterior por, no máximo, 2 anos.
- Deve estar vinculada a um evento cultural específico, como uma exposição.

OBRAS ENVIADAS AO exterior na modalidade de exportação temporária podem ser vendidas. Neste caso, a exportação temporária deve ser convertida em definitiva em um processo feito junto à Receita Federal.



TRIBUTOS

Assim como a exportação em consignação, a exportação temporária permite a remessa de obras ao exterior por tempo determinado (até 2 anos), sem a cobrança de tributos no retorno. Caso uma ou mais obras sejam vendidas, deve ser feita comunicação à Receita Federal para conversão da exportação temporária em exportação definitiva. Caso uma ou mais obras não sejam vendidas e retornem ao Brasil, é feita a reimportação, sem incidência de tributos.



PRECISO REGISTRAR AS OBRAS QUE ESTOU LEVANDO NA BAGAGEM?

Sim. Se o artista está levando obras para o exterior – para vender ou expor –, a rigor deve sempre dar entrada no processo de exportação temporária, desde que tenha atendido aos requisitos listados acima. Se as obras forem levadas na bagagem sem o registro do pedido, a fiscalização na alfândega poderá apreendê-las. Informe-se também sobre as regras de importação no país de destino, porque, mesmo que o artista consiga embarcar no Brasil com as obras na bagagem, ele poderá ter problemas ao desembarcar no destino, já que, a rigor, estará realizando uma importação que poderá estar sujeita inclusive ao pagamento de impostos.



ATENÇÃO!

BUROCRACIA NO RETORNO

Quando voltar ao Brasil com as obras na bagagem, o artista pode ter problemas burocráticos no desembarque. Se as obras saíram do país com base em um regime de exportação temporária, é necessário solicitar a baixa do processo. O problema é que, em alguns

aeroportos (como o Aeroporto Internacional de São Paulo, em Guarulhos), a fiscalização da Receita Federal, que fica no setor de desembarque, não faz esse tipo de procedimento. Assim, o artista deverá dar entrada no pedido de baixa no setor competente (que funciona somente em horário comercial) e aguardar o processamento do pedido até a decisão de autorização, que poderá demorar até 60 dias em casos extremos. O maior inconveniente é que as obras ficam retidas no aeroporto até a finalização desse processo.

Já em outros aeroportos (como o Aeroporto Internacional Tom Jobim, no Rio de Janeiro), a fiscalização do setor de desembarque faz o processamento da baixa do regime de exportação temporária, o que, em tese, permite a liberação imediata das obras. Em todo caso, vale a pena se informar corretamente sobre esses procedimentos antes de embarcar, para evitar surpresas.

Existe também a possibilidade de argumentar que as obras podem se enquadrar no conceito de objetos de uso pessoal do artista e, nessas condições, serem enquadrados no conceito de bagagem, que é isenta de tributação na remessa e no retorno.

O problema é que a Receita Federal tem um entendimento bastante restrito a respeito da caracterização de bens de uso pessoal e, aparentemente, obras de arte não se enquadram nesse conceito, ainda que sejam de autoria do próprio artista.

É recomendável planejar essa situação com antecedência e com a ajuda de um especialista, porque alguns fatores poderão ser decisivos para o enquadramento legal da situação, como o tipo de obra que está sendo levada, quantidade e valor de mercado.

AS 10 FASES DA EXPORTAÇÃO TEMPORÁRIA

1 - NEGOCIAÇÃO

Diálogo com o interessado no exterior para definição das condições de empréstimo, prazo, responsabilidade pelos custos envolvidos na remessa e no retorno.

2 - CONTRATAÇÃO DO DESPACHANTE ADUANEIRO (OPCIONAL)

Embora seja um processo razoavelmente simples, a exportação temporária exige o conhecimento da legislação aplicável e da mecânica do comércio exterior. Por isso, é recomendável, embora não obrigatória, a contratação de um despachante aduaneiro ou de uma empresa especializada em assessoria no comércio exterior.

3 - COMPILAÇÃO DOS DOCUMENTOS NECESSÁRIOS

Os documentos necessários para o registro do regime de exportação temporária são essencialmente os mesmos exigidos em uma exportação definitiva, exceto pela fatura, que deverá ser uma fatura proforma. Devem-se emitir: fatura proforma (*proforma invoice*), *Airway Bill* (AWB), *packing list* e DSBC emitida pelo Iphan. Além disso, é exigida a comprovação da existência do evento para o qual os bens se destinam ou um contrato de empréstimo. Caso o artista tenha uma pessoa jurídica, também será necessário emitir uma nota fiscal de exportação e, eventualmente, cumprir outros requisitos burocráticos relacionados à empresa.

4 - PROTOCOLO DO PEDIDO DE REGIME DE EXPORTAÇÃO TEMPORÁRIA

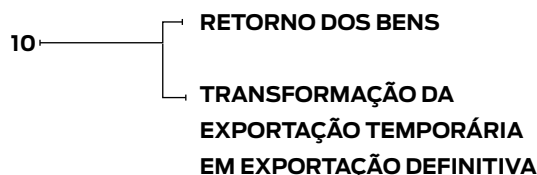
5 - DEFINIÇÃO DO MEIO DE TRANSPORTE INTERNO E INTERNACIONAL e outras questões logísticas (coleta, embalagem, armazenagem, contratação de seguro).

6 - REGISTRO DA OPERAÇÃO NO SISCOMEX

7 - DESEMBARAÇO ADUANEIRO, com autorização para embarque.

8 - EMBARQUE PARA O EXTERIOR

9 - COORDENAÇÃO DA CHEGADA da carga no local de destino e entrega ao destinatário



Exportação direta

O QUE É?

Aquela em que o exportador conduz todo o processo comercial de exportação, desde os primeiros contatos com o comprador em outro país até a conclusão da operação de venda e despacho do bem vendido.

Neste caso, o exportador cuida de todos os detalhes, desde a negociação e entrega do produto até a cobrança. Isso exige conhecimento do processo de exportação em toda a sua extensão, o que quer dizer ampla atenção administrativa, empenho de recursos humanos e de tempo.

Embora mais trabalhosa, essa modalidade pode ser a mais lucrativa e propiciar um maior crescimento no mercado internacional.

Nessa modalidade, a exportação pode ser desenvolvida por meio de:

CONTATO DIRETO COM O COMPRADOR

O vendedor identifica o comprador estrangeiro (o que pode ser feito por meio de networking, intercâmbio de informações com galerias, instituições, agentes e outros) e negocia condições de venda (preço, forma de pagamento, prazo de entrega e responsabilidades de cada parte, dentre outros aspectos). Essa modalidade requer do exportador conhecimento sobre exportação. É preciso, também, que o exportador estruture sua empresa para essa tarefa ou contrate os serviços de profissionais experientes na área.

AGENTES

São profissionais que trabalham para o exportador e, mediante a cobrança de

uma comissão, fazem a mediação das vendas entre o exportador e o comprador no exterior. Esse tipo de comercialização é o mais comum e o mais adequado quando se deve manter um fluxo regular de vendas para um grande número de clientes. A figura do agente é especialmente recomendada quando o exportador não tem conhecimento da cultura comercial do mercado-alvo ou de aspectos relativos à legislação comercial local e às barreiras alfandegárias, como forma de evitar gastos com pesquisa de mercado e eventuais transtornos na concretização da exportação.

AGENTE REVENDEDOR (COMERCIANTE)

Nesse tipo de parceria comercial, o artista pode fazer acordo com um agente ou galeria estrangeira, dando-lhes exclusividade para a importação de suas obras num determinado mercado.

COMÉRCIO ELETRÔNICO

Opção de algumas pequenas e médias empresas, que estão incrementando suas vendas eletrônicas de produtos e serviços atendendo diretamente aos consumidores finais, proporcionando atendimento mais rápido e simples a um custo mais baixo.

VENDAS PELOS CORREIOS

O serviço Exporta Fácil dos Correios foi desenvolvido em parceria com a Receita Federal, Banco Central, Secretaria de Comércio Exterior, Câmara de Comércio Exterior e outros órgãos relacionados às exportações, com objetivo de simplificar os processos postais e alfandegários. Esse serviço permite efetuar exportações no valor de até US\$ 50.000 por pacote. Podem ser enviados quantos pacotes o exportador quiser, obedecendo ao limite de peso de 30 kg por pacote. O processo de embalagem, nesse caso, deve ser feito com todo o cuidado.

EXPORTAÇÃO POR COURIER

Também conhecida como remessa postal internacional, é realizada por empresas como DHL, FEDEX, UPS e outras, que prestam serviço semelhante ao dos

Correios. Tais serviços podem ser usados para o despacho das obras exportadas e podem ser opções interessantes em função do preço, prazos de entrega e simplicidade para o envio. Nas exportações feitas por meio dessas empresas, elas se encarregam de fazer os registros necessários no SISCOMEX, o que simplifica bastante todo o processo. É recomendável consultar cada uma delas para verificar as condições de preço, prazos de entrega e limites de tamanho/peso.

Exportação indireta

O QUE É?

Modalidade em que o exportador utiliza os serviços de outra empresa especializada em atuar no comércio exterior, como *trading companies* ou empresas comerciais exportadoras.

Nessa modalidade de exportação, o artista pode vender suas obras para a empresa que se encarregará da exportação. A venda será feita com fim específico de exportação, ou seja, não se admite qualquer outra destinação para os bens que não seja a exportação, inclusive a revenda da obra no mercado interno.

Existe uma submodalidade de exportação indireta, a chamada exportação por conta e ordem, na qual o exportador contrata uma empresa comercial exportadora ou *trading company* para realizar a exportação, mas essa empresa não faz a operação em nome próprio, e sim em nome do próprio exportador. A diferença desta submodalidade para a outra é que o artista não venderá a obra para a empresa comercial exportadora; essa empresa apenas agirá como representante do artista na operação de exportação, realizando todas as etapas burocráticas necessárias até o embarque, ou mesmo até a entrega ao destinatário no exterior, conforme for a contratação. Tanto num caso quanto no outro as empresas comerciais exportadoras costumam cobrar uma taxa (*fee*). Por isso, é preciso avaliar previamente a viabilidade e a conveniência dessa operação.

As empresas comerciais exportadoras podem facilitar o acesso de exportadores inexperientes a mercados já estabelecidos, em vista de seu *know-how* e de seus contatos.



TRIBUTOS

Essa modalidade tem tratamento fiscal e administrativo de exportação, com a aplicação de todos os benefícios fiscais previstos para as exportações e, caso os bens não sejam efetivamente exportados, os tributos serão cobrados das partes envolvidas. Nesta modalidade, quem figura nos documentos de exportação é a empresa comercial exportadora.

Exportação de serviços

O QUE É?

Prestar um serviço é assumir a obrigação de executar algum ato, realizar alguma ação em favor da pessoa contratante. Em sua definição jurídica, é uma obrigação de fazer alguma coisa, que pode ou não resultar em um bem tangível, mas que sempre pressupõe a configuração de uma utilidade para o contratante. Alguns exemplos corriqueiros são a consulta médica, em que o médico se compromete a oferecer um tratamento, e a intermediação de compra e venda, quando um intermediário se compromete a encontrar um comprador para determinado bem.

Um artista também pode ser contratado para prestar serviços, como pintar um retrato ou produzir uma obra por encomenda, pintar um mural, fazer uma ilustração para a capa de livro ou website ou dar aulas ou palestras. Todas essas atividades configuram serviços porque a ênfase da contratação está na atividade intelectual, ainda que, em algumas situações, o serviço resulte num bem tangível.

Com relação aos serviços, a exportação se configura toda vez que uma pessoa física ou jurídica residente no Brasil for contratada para realizar onerosamente qualquer ato que resulte numa utilidade para um contratante

residente no exterior, com pagamento em moeda estrangeira.

Um artista que mora no Brasil pode ser contratado para produzir obras por comissionamento no exterior, fazer uma performance ou uma instalação em feira ou bienal estrangeiras, ou ser convidado para falar sobre seu processo de criação para alunos de um curso de artes no exterior. Todos esses atos configurarão exportação de serviços se o contratante não residir no Brasil e a remuneração for efetivada em moeda estrangeira.

Não é necessário fazer um registro prévio de declarações de exportação, fiscalização prévia na alfândega, ou grandes preocupações logísticas, já que, normalmente, os serviços dependem fundamentalmente do esforço pessoal do prestador do serviço.



TRIBUTOS

A exportação de serviços também conta com tratamento tributário privilegiado, com isenções dos principais tributos que incidem sobre as prestações de serviços normais: Imposto Sobre Serviços (ISS), Programa de Integração Social (PIS) e Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (Cofins), havendo basicamente incidência de imposto de renda, de acordo com o regime societário e fiscal escolhido pelo artista. É preciso cuidado, porém, porque as isenções previstas para ISS, PIS e Cofins têm requisitos para serem aplicadas:

ISENÇÃO DE PIS E COFINS: é necessário que o contratante do serviço não resida no Brasil e deve haver necessariamente pagamento em moeda estrangeira. O serviço pode até mesmo ser prestado no Brasil.

ISENÇÃO DE ISS: os requisitos são mais complexos e geram bastante discussão jurídica. Só será isento de ISS o serviço que for prestado no exterior ou aquele cujos efeitos se verificarem no exterior (ainda que seja desenvolvido no Brasil).

EXEMPLO:

Serviço executado no exterior, para uma pessoa domiciliada no exterior e remunerado em moeda estrangeira = sempre configurará uma exportação de serviços isenta de ISS.

Serviço executado no Brasil para uma pessoa domiciliada no exterior e remunerado em moeda estrangeira, mas cujo resultado se verifica no Brasil = não será isento de ISS

? POSSO LEVAR NA BAGAGEM O MATERIAL PARA PRESTAR SERVIÇO NO EXTERIOR?

Sim. Se for necessário levar material para a prestação do serviço no exterior, ele poderá, em tese, ser levado como bagagem na viagem, se isso for possível em virtude do tamanho, do valor e da quantidade transportada. Se por algum desses motivos não for possível embarcá-los no mesmo voo, o material pode ser transportado como carga; neste caso, o artista pode usar o regime de bagagem desacompanhada ou de exportação definitiva, conforme o caso

✓ AS 7 FASES DA EXPORTAÇÃO DE SERVIÇOS

1 - NEGOCIAÇÃO: diálogo com o contratante no exterior para definição do preço, condições de pagamento.

2 - ELABORAÇÃO DE CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS (OPCIONAL)

3 - EXECUÇÃO DO SERVIÇO

4 - EMISSÃO DE COMMERCIAL INVOICE: ao prestar o serviço, é necessário emitir uma fatura comercial, e pode ser útil fazer um contrato de serviços documentando os detalhes do negócio.

A fatura comercial é um documento obrigatório para fechar o contrato de câmbio referente ao recebimento do preço. O contrato eventualmente poderá ser usado como prova em caso de questionamentos da fiscalização tributária.

5 - FECHAMENTO DO CÂMBIO PARA RECEBIMENTO DO PREÇO

6 - CUMPRIMENTO DE OBRIGAÇÕES FISCAIS INTERNAS (COMO EMISSÃO DE NOTA FISCAL)

7 - REGISTRO DO SERVIÇO NO SISCOSERV: é necessário registrar a prestação de serviço no Sistema Integrado de Comércio Exterior de Serviços, Intangíveis e Outras Operações que Produzam Variações no Patrimônio (SISCOSERV), sistema virtual online administrado pela Receita Federal e pelo Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços, que tem funcionamento semelhante ao SISCOMEX.

Se na exportação de bens físicos é exigido o registro prévio da operação no SISCOMEX, na exportação de serviços o exportador deve fazer o registro somente após a prestação do serviço, até o último dia útil do terceiro mês seguinte ao da prestação.

6. As modalidades de importação

A importação consiste na entrada de um bem estrangeiro em território brasileiro e pode ocorrer de forma definitiva (quando não há expectativa de retorno do bem para o exterior e há transferência de sua propriedade) ou temporária (quando não há transferência da propriedade e há expectativa de retorno do bem em prazo definido).

É uma operação que pode ou não ter fins comerciais (na medida em que haja ou não transferência de propriedade e pagamento de preço) e pode ser realizada com fins exclusivamente culturais.

A modalidade mais comum de importação definitiva de bens materiais é a compra de bens de uma pessoa domiciliada no exterior, mas também podem ocorrer importações definitivas em razão de doações ou permutas (trocas). As importações temporárias também podem ser feitas em razão de empréstimos, de cessões de bens

para variadas finalidades, desde que não haja transferência de propriedade ou pagamento de preço.

A importação de serviços é a situação em que uma pessoa residente no Brasil contrata uma pessoa domiciliada no exterior para realizar uma ação.

Na estratégia de internacionalização do artista, a importação é menos relevante do que a exportação, mas ainda pode ser útil para a aquisição de materiais ou de outros bens que sejam usados em sua atividade.

Existem 2 modalidades de importação:

Importação definitiva

O QUE É?

Regime em que o bem é definitivamente trazido do exterior, sem expectativa de retorno. Normalmente usado em casos de venda, pode também ser utilizado em doações, trocas (permutas) e em outras modalidades de negócio que resultam em transferência de propriedade do bem importado.

O artista pode recorrer a ela para adquirir materiais para a produção de sua obra ou mesmo para a aquisição de qualquer outro bem ou material que seja útil à sua atividade.



TRIBUTOS

Na importação definitiva há incidência dos seguintes tributos e despesas aduaneiras:

- **IMPOSTO DE IMPORTAÇÃO** (imposto federal)
- **PIS E COFINS** (contribuições sociais federais)
- **IMPOSTO SOBRE PRODUTOS INDUSTRIALIZADOS** (imposto federal)
- **ICMS** (imposto estadual)
- **TARIFA DE ARMAZENAGEM** no porto ou aeroporto em que a carga for descarregada

Todos esses tributos incidem sobre o valor aduaneiro do bem importado e são calculados em cascata, ou seja, com inclusão do valor de cada um deles na base de cálculo do outro. Tam-

bém são incluídos na base de cálculo dos tributos e da tarifa de armazenagem os valores referentes ao frete e ao seguro.

A carga tributária da importação normalmente é muito alta, podendo chegar a 60% ou 70% do valor do bem, dependendo do tipo de bem.



AS 8 FASES DA IMPORTAÇÃO DEFINITIVA SÃO:

1 - NEGOCIAÇÃO

Diálogo com o vendedor no exterior para definição do preço, condição de compra, condições de pagamento e entrega. Dependendo da negociação e do acordo fechado, **o custo e a responsabilidade por algumas dessas fases pode ser do vendedor.**

2 - CONTRATAÇÃO DO DESPACHANTE

ADUANEIRO (OPCIONAL)

Para que a importação seja efetivada é aconselhável, embora não seja obrigatório, contratar um despachante aduaneiro ou uma empresa especializada em assessoria na área de comércio exterior que conte com despachantes em sua equipe.

Em muitos casos, o despachante aduaneiro ou a empresa de assessoria coordena as questões logísticas envolvidas, como a coleta da carga no porto/aeroporto e entrega no local indicado pelo importador.

3 - COMPILAÇÃO DOS DOCUMENTOS

NECESSÁRIOS

É importante dedicar atenção à compilação dos documentos necessários, que normalmente são: fatura comercial (*commercial invoice*), *Airway Bill* (AWB) e *packing list*.

Dependendo das circunstâncias particulares da operação, poderão ser exigidos outros documentos. Caso o artista tenha uma pessoa jurídica, também será necessário emitir uma nota fiscal de importação e, eventualmente, cumprir outros requisitos burocráticos relacionados à empresa.

4 - DEFINIÇÃO DO MEIO DE TRANSPORTE INTERNO E INTERNACIONAL E OUTRAS QUESTÕES LOGÍSTICAS

(coleta, armazenagem, entrega, contratação de seguro).

5 - REGISTRO DA DECLARAÇÃO DE IMPORTAÇÃO NO SISCOMEX APÓS O DESEMBARQUE NA CARGA NO BRASIL



ATENÇÃO!

Erros (mesmo pequenos), irregularidades ou informações falsas nos documentos que amparam a importação podem travar o processo e dar início ao procedimento de fiscalização com pedidos de informações, esclarecimentos e/ou novos documentos. O processo de fiscalização pode resultar na aplicação de penalidades, algumas bem graves, como a pena de perdimento (confisco) da carga.

6 - DESEMBARAÇO ADUANEIRO, COM AUTORIZAÇÃO PARA ENTREGA AO IMPORTADOR

7 - COLETA DA CARGA NO PORTO/AEROPORTO E ENTREGA AO IMPORTADOR

8 - CONTRATAÇÃO DO CÂMBIO PARA PAGAMENTO DO PREÇO

Em caso de importação com cobertura cambial, o importador deverá fechar contrato de câmbio para remessa do pagamento ao vendedor em prazo de até 360 dias. Acima desse prazo a operação será considerada uma operação financeira e deverá ter um registro específico no Banco Central (ROF).

Regime de admissão temporária

O QUE É?

Regime aduaneiro que permite a entrada de mercadorias no país com suspensão do pagamento de todos os tributos que incidirem na importação, condicionada ao seu retorno em prazo determinado, no mesmo estado em que foram importadas.

É uma modalidade muito usada no recebimento de obras de arte para exposições temporárias no Brasil, mas pode ser servir para outros bens, desde que sejam destinados a eventos culturais.

O prazo normal do regime é de 1 ano (6 meses, renováveis por mais 6 meses), ou outro prazo maior, desde que haja um prazo que o ampare. O pedido deve ser feito à Receita Federal antes do recebimento dos bens, por isso é recomendável, embora não obrigatória, a contratação de um despachante aduaneiro ou de uma empresa especializada em assessoria no comércio exterior.

A admissão temporária não pode ter cobertura cambial, porque o requisito essencial para sua aprovação é a destinação dos bens para eventos culturais sem finalidade comercial. Só deve haver fechamento de câmbio se por acaso os bens forem adquiridos definitivamente pelo importador.



TRIBUTOS

A vantagem da admissão temporária é a possibilidade de receber bens do exterior para determinados usos no Brasil para depois devolvê-los para o país de origem sem incidência de tributos, caso sejam cumpridos todos os requisitos.



AS 9 FASES DA ADMISSÃO TEMPORÁRIA

1 - NEGOCIAÇÃO

Diálogo com o remetente no exterior para definição das condições do empréstimo, do prazo e da responsabilidade pelos custos envolvidos na remessa e no retorno.

2 - CONTRATAÇÃO DO DESPACHANTE ADUANEIRO (OPCIONAL)

3 - COMPILAÇÃO DO

DOCUMENTOS NECESSÁRIOS

Os documentos necessários são essencialmente os mesmos exigidos em uma importação definitiva, com exceção da fatura comercial, que deve ser substituída por uma fatura proforma. Outros documentos são necessários, como *Airway Bill* (AWB) e *packing list*. Além disso, é exigida a comprovação da existência do evento para o qual os bens se destinam ou um contrato de empréstimo. Caso o artista tenha uma pessoa jurídica, também será necessário emitir uma nota fiscal de importação e, eventualmente, cumprir outros requisitos burocráticos relacionados à empresa.

4 - PROTOCOLO DO PEDIDO DE ADMISSÃO TEMPORÁRIA

5 - DEFINIÇÃO DO MEIO DE TRANSPORTE INTERNO E INTERNACIONAL E OUTRAS QUESTÕES LOGÍSTICAS (coleta, armazenagem, entrega, contratação de seguro).

6 - REGISTRO DA OPERAÇÃO NO SISCOMEX APÓS O DESEMBARQUE NA CARGA NO BRASIL

7 - DESEMBARAÇO ADUANEIRO, COM AUTORIZAÇÃO PARA ENTREGA AO IMPORTADOR

8 - COLETA DA CARGA NO PORTO/ AEROPORTO E ENTREGA AO IMPORTADOR

9 - DEVOLUÇÃO PARA O EXTERIOR OU NACIONALIZAÇÃO (caso em que a admissão temporária se transforma em importação definitiva)

7. Formação de preços para o mercado internacional

Quando falamos em formação de preço para o mercado internacional, além dos fatores citados no capítulo [Formação de preço no item C do Guia](#), outros fatores devem ser levados em consideração porque eles também têm impacto nas vendas externas.

Determinar corretamente o preço de exportação é importante e será decisivo para garantir o retorno financeiro nessas operações. O preço de exportação compreende o valor definido para cada obra e adiciona todos os elementos que deverão integrar o valor final de venda para o exterior, como o transporte das obras, a embalagem, o frete, as taxas e os impostos.

Apenas **16,2%** dos artistas consideram-se familiarizados ou muito familiarizados em relação à formação de preços para o mercado internacional.

Fonte pesquisa própria

Custos que impactam a exportação

- Custos de produção
- Esquemas de financiamento à exportação
- Tratamento tributário aplicável à exportação
- Despesas de exportação, como embalagens específicas
- Despesas portuárias, despachante, contratação de pessoal especializado, frete e seguro até o local de embarque.

Custos que impactam a importação

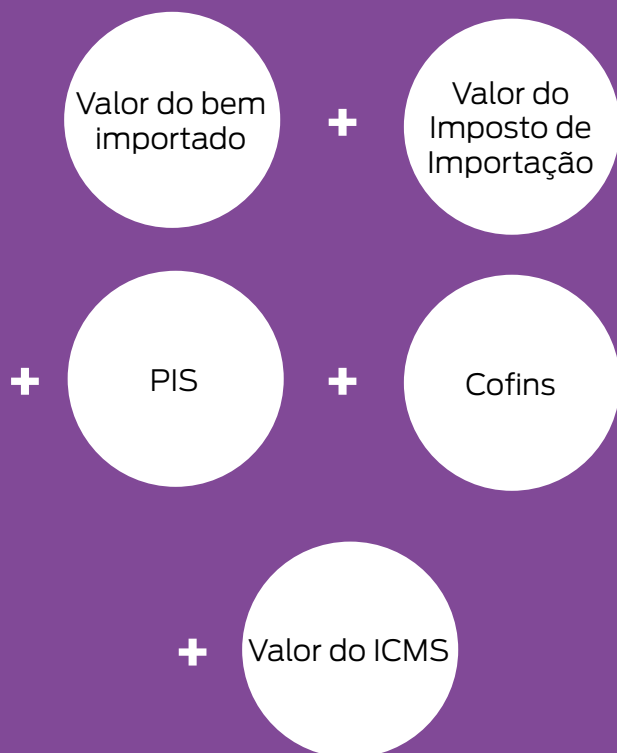
- Valor do dólar considerado no processo de importação
- Frete e seguro internacional
- Impostos inerentes à entrada da obra no território brasileiro, como Imposto de Importação, IPI, PIS, Cofins e ICMS
- Custos de liberação da obra
- Transporte da obra pós-liberação na Receita Federal.

Muitos desses tributos incidem uns sobre os outros, no que é chamado de incidência em cascata. Por isso, a alíquota efetiva (ônus econômico real do tributo) acaba sendo maior do que a alíquota nominal. Além disso, os tributos são calculados sobre o valor do bem importado mais o valor do frete e o valor do seguro.

É importante considerar também os outros custos vinculados à importação, como honorários de despachantes aduaneiros, tarifas de armazenagem e frete interno. Para a comercialização da obra importada, todos esses valores devem ser agregados ao valor da obra para chegar ao preço final de venda. Artistas que não levam nada disso em consideração terão prejuízo ao comercializar essas obras no Brasil ou no exterior.

EXEMPLO:

A alíquota do ICMS é de 18%, em média, mas ela vai incidir sobre uma base que é composta por:



Simulação da formação de preços

Considerando que o valor do bem importado convertido em reais na data do pagamento dos impostos ficou em R\$ 40.000:

CÁLCULO 1

VALOR DO BEM IMPORTADO
R\$ 40.000
+
VALOR DO FRETE INTERNACIONAL
R\$ 2.000
+
VALOR DO SEGURO INTERNACIONAL
R\$ 2.000
=
VALOR DA BASE DE CÁLCULO DOS TRIBUTOS DE IMPORTAÇÃO:
R\$ 44.000

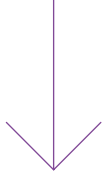
CÁLCULO 2 - TRIBUTOS

O valor da base de cálculo dos tributos é R\$ 44.000

X 4% (IMPOSTO DE IMPORTAÇÃO)
R\$ 1.760
X 2,1% (PIS)
R\$ 924,00
X 10,7% (COFINS)
R\$ 4.686

Para calcular o ICMS (18%), é preciso somar

VALOR DE BASE + IMPOSTO DE IMPORTAÇÃO + PIS + COFINS X 18%
R\$ 11.276,34
TOTAL:
R\$ 18.646,34



OUTRAS DESPESAS

TARIFA DE ARMAZENAGEM NO AEROPORTO:

R\$ 100

HONORÁRIOS DO DESPACHANTE ADUANEIRO:

R\$ 1.000

FRETE NACIONAL:

R\$ 200

TOTAL:

R\$ 1.300

VALOR TOTAL DO CUSTO DA IMPORTAÇÃO

Valor do bem importado + frete internacional + seguro internacional + tributos + outras despesas

R\$ 40.000 + R\$ 2.000 + R\$ 2.000 + R\$ 18.646,34 + R\$ 1.300 = **R\$ 63.946,34**

A OBRA QUE TINHA preço de R\$ 40.000 (valor pago ao vendedor no exterior) acaba tendo um custo total de importação de R\$ 63.946,34. A partir desse custo total é que deve ser fixado o preço de venda final, considerando a margem de lucro, a tributação da venda e outros custos internos não considerados acima.

É preciso prestar atenção, porque para cada situação haverá um tipo de transporte mais indicado, e é importante contar com um despachante aduaneiro para orientar sobre a melhor forma de realizar essas operações e sobre a documentação necessária para o processos.

8. Transações comerciais internacionais

As transações comerciais internacionais são todas as transações (com colecionadores, galerias ou outros profissionais que atuem no comércio de obras de arte) realizadas fora do país e que geram o envio da obra vendida para o exterior (exportação), bem como o recebimento do pagamento pela obra aqui no Brasil (remessa internacional de valores).

Não é considerada aqui a venda para estrangeiro quando o mesmo se encontra no país, e a obra é entregue e quitada em território nacional. Essa é considerada uma venda local e deverá receber o mesmo tratamento de qualquer venda realizada no país.

Nesse tipo de venda é preciso considerar uma série de informações, desde a negociação até a entrega da obra, para garantir o sucesso da mesma. Artistas devem informar o valor da obra sem esquecer de considerar os custos de transporte, embalagem, imposto e seguro.

Quem pode fazer a venda?

A VENDA PODE ser realizada por meio de uma galeria nacional – o ideal é que a mesma cuide do processo e pague o artista no país – ou pelo artista. Quem opta por fazer o processo por conta própria deve tomar algumas precauções para garantir que tudo vá acontecer da melhor forma possível.

A primeira é lembrar-se de informar a quem solicita o valor que não estão sendo considerados os custos de transporte e impostos, pois dessa forma fica claro para quem recebe que aquele valor é apenas o da obra, e que se deve considerar um valor extra para os demais procedimentos.

Um simples “Transporte, seguro e impostos não incluídos/*Transport, insurance and taxes not included*” destacado no documento informa ao com-

prador que o valor enviado é o valor da obra, sem transporte e impostos – um detalhe que poupa problemas e prejuízos. Todos esses processos são simplificados com o acompanhamento e auxílio de um despachante aduaneiro.

— Como receber pela transação? —

O PROCESSO DE venda e pós-venda gera uma série de documentos que devem ser guardados pois, assim que o comprador envia o pagamento, o banco irá requerê-los para realizar o fechamento do câmbio e o depósito do valor em conta. Sem isso, o artista não consegue receber o pagamento.

Os artistas podem cuidar desse processo diretamente com a área de câmbio do banco ou podem contratar uma corretora de câmbio para receber (o procedimento é o mesmo). Quem não tem conta bancária pode solicitar a remessa pessoalmente em qualquer banco com seu passaporte e identidade, levando todos os dados da pessoa que irá receber o dinheiro (nome completo, endereço, país, CPF, nome do banco, número da conta, etc).

Também é possível receber valores do exterior de outras formas, incluindo todas as empresas que fazem envio de valores. Se o artista for pessoa física, o procedimento de fechamento de câmbio é ainda mais simples.

Para fazer a liquidação financeira das operações, é necessário entregar toda a documentação solicitada ao banco com o qual tenha sido celebrado o contrato de câmbio da exportação e pagamento. O recebimento, em moeda nacional, decorrente da exportação, deve ocorrer mediante crédito do correspondente contra valor (em reais) em conta.

Essas operações, sob o aspecto cambial, são consideradas “com cobertura cambial”, já que ocorre o pagamento proveniente do exterior com a remessa da mercadoria. Podem ser fechadas antes do embarque, na modalidade pagamento antecipado da exportação, ou após o embarque, sob as demais modalidades de pagamen-

to (remessa sem saque, cobrança documental e carta de crédito).

O prazo máximo para a liquidação das operações de câmbio é o último dia útil do 12º mês seguinte ao do embarque da mercadoria ou da prestação de serviços, ficando a contratação prévia em 360 dias.

A liquidação poderá ser feita por intermédio de seu banco, pela área de câmbio. Para isso você vai precisar ter cadastro, os documentos necessários, de acordo com a natureza da operação contratada, e todos os formulários específicos preenchidos de acordo com a operação contratada. Esse processo também pode ser realizado por uma corretora de câmbio, que pode assessorar e aconselhar sobre a melhor maneira de realizar todo o processo e negociar as taxas com os bancos.

— Documentos necessários —

TER EM MÃOS os documentos necessários garante o sucesso da negociação, da remessa e da entrega da obra.

FATURA COMERCIAL

Muitas vezes a negociação se dá por meio de uma troca informal de e-mails, que também vale como tomada de preço e das condições de venda da obra. Mas, quando a venda é fechada, o artista deverá enviar para quem compra uma fatura comercial (ou *commercial invoice*) – existem vários modelos disponíveis na internet.

Esse documento, redigido em inglês, confirma que a operação já foi consumada e que o artista deve cuidar dos trâmites operacionais de envio da obra (ou obras) para o comprador. Essa fatura equivale à nota fiscal brasileira e é imprescindível para a liberação aduaneira em qualquer parte do mundo. Ela contém todas as informações pactuadas na negociação internacional, como:

- Nome e endereço do artista e do comprador
- Tipo de transporte
- Locais de embarque e de desembarque

- Descrição completa da mercadoria
- Quantidade, peso bruto e líquido
- Moeda, preço unitário, valor total
- Termos ou condições de venda
- Assinatura do exportador
- Modalidade de pagamento
- Tipo de embalagem, número e marca de volumes
- Data de emissão.



ⓘ **ATENÇÃO!**

A falta de qualquer uma das informações listadas acima poderá levar à cobrança de multa e ao atraso na liberação da obra.

AUTORIZAÇÃO DE SAÍDA

O vendedor também deverá providenciar junto ao Iphan a autorização para saída de obra. O ideal é entrar em contato com a superintendência do Iphan em seu estado e checar como eles exigem que o documento seja apresentado.

A lista completa de superintendências do Iphan está no site:

<http://portal.iphan.gov.br/>

DOCUMENTOS DE EMBARQUE

Os demais documentos essenciais são o *packing list* (ou romaneio de embarque) e o conhecimento de embarque (ou de carga ou de transporte), entre outros.



TRIBUTOS

Com relação ao tratamento fiscal, essas transações são altamente beneficiadas pela isenção da maioria dos tributos, federais ou estaduais, que normalmente incidem sobre as operações de vendas internas.

O tipo de tributação vai depender se o artista está realizando o processo com pessoa física ou jurídica.

PESSOA FÍSICA

Os impostos que incidem sobre o dinheiro recebido do exterior variam conforme o montante (quem recebe mais, paga mais; quem recebe menos, paga menos). Além da tributação explicada no [item C](#), pagam-se também a taxa

do banco pela transação financeira e o Imposto sobre Operações Financeira (IOF) de 6,38%. As taxas variam muito de banco para banco então é bom fazer uma pesquisa.

Quem recebe pagamentos por meios eletrônicos, como o PayPal e o WeTransfer, não se deve esquecer de declarar esses valores, pois com o sistema da Receita Federal do Brasil, assim como da maioria dos países altamente automatizado, pode-se cair na malha fina e pagar multas muito altas.

PESSOA JURÍDICA

Independentemente do porte da empresa (micro, pequena ou média), as operações comerciais são tributadas pelos seguintes tributos federais e estaduais: Imposto de Renda e Adicional, Contribuição Social sobre o Lucro Líquido, PIS e Cofins e ICMS (Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços).

A diferença está na forma de apuração e cobrança desses tributos, que depende do enquadramento tributário da empresa e do regime tributário aplicável. É importante notar que existe imunidade tributária para as receitas de exportação no caso das contribuições sociais ao PIS e à Cofins, bem como ao que se refere ao ICMS.

As receitas de exportação não são excluídas da base de cálculo do Simples Nacional, por isso não há redução da carga tributária para o artista cuja empresa está enquadrada nesse regime. Há, todavia, a exclusão das operações de exportação dos limites de faturamento para efeito de enquadramento no modelo. Considerando as alíquotas aplicáveis, mesmo sem o benefício da imunidade fiscal, a operação de exportação é bastante vantajosa para empresas tributadas pelo Simples Nacional.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS POR TEMA

SISTEMA DA ARTE

LIVROS E PERIÓDICOS

- BASBAUM, R. Manual do artista-etc. Rio de Janeiro: Editora Azougue Editorial, 2013.
- BOURDIEU, P. A Distinção: crítica social do julgamento. São Paulo: Edusp; Porto Alegre: Zouk, 2008.
- _____. As regras da arte: gênese e estrutura do campo literário. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.
- _____. Campo de poder, campo intelectual. Buenos Aires: Editorial Montessor, 2002.
- _____. A economia das trocas simbólicas. São Paulo: Perspectiva, 2005.
- _____; DARBEL, A. O amor pela arte: os museus de arte na Europa e seu público. São Paulo: Zouk, 2003.
- BUENO, M. L. (Org.). Sociologia das artes visuais no Brasil. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2012.
- BULHÕES, M. A. (Org.) As novas regras do jogo: o sistema da arte no Brasil. 1ª edição. Editora Zouk. 2014.
- FERREIRA, G. (Org.). Crítica de arte no Brasil: Temáticas contemporâneas. Rio de Janeiro: Funarte, 2006.
- FIALHO, A. L. "Feiras e Bienais. Convergências e distinções", Revista Select nº 20, agosto-setembro de 2014.
- _____. "Herança artística. Como lidar, o que priorizar?", Revista Select, agosto de 2014, disponível em: www.select.art.br/article/reportagens_e_artigos/heranca-artistica.
- _____. "Os interesses econômicos e a 'autonomia' do sistema das artes: falsas dicotomias, um certo romantismo e o poder do mercado". Fórum Permanente, março de 2014. Disponível em: www.forumpermanente.org/event_pres/mesas/dialogos-arte-e-mercado/osinteresses-economicos-e-a-autonomia-do-sistema-das-artes.
- _____. "Arte, um negócio sustentável", Revista Select, ano 2, ed. 07, ago.-set., 2012. Disponível em: www.select.art.br/article/reportagens_e_artigos/arte-negocio.
- _____. "O mercado de arte e as instituições: uma aliança possível?" Fórum Permanente, 2011a. Disponível em: www.forumpermanente.org/event_pres/exposicoes/sp-arte-2011/relatos/omercado-de-arte-e-as-instituicoes.
- MinC/Conselho Nacional de Política Cultural Secretaria de Articulação Institucional – SAI. Estruturação, Institucionalização e Implementação do SNC. Brasília, D.F.: 2011.
- FILIPOVIC, Elena (org). The artist as curator: an anthology. Londres: Mousse Publishing, 2018.
- GRAY, Z.; KATHREIN, M.; SCHAFHAUSEN, N.; SZEWCZYK, M. & URLUS, A. (Ed.). Rotterdam Dialogues: The Critics, The Curators and The Artists. Rotterdam: Witte de With, 2009.
- GRAU, I. Cuánto vale el arte? Mercado, especulación e cultura de la celebridad. Buenos Aires: Mardulce, 2013.
- MOURA, R. (Org.). Políticas institucionais, práticas curatoriais. Belo Horizonte: Museu de Arte da Pampulha, 2005.
- OBRIST, H. U. Caminhos da curadoria. Rio de Janeiro: Cobogó, 2014.
- RAMOS, A. D. (Org.). Sobre o ofício do curador. Porto Alegre: Zouk, 2010.
- REZENDE, R.; BUENO, G. Conversas com curadores e críticos de arte. Rio de Janeiro: Editora Circuito, 2013.
- RODRIGUEZ, D. REMOR, L. HOFF, M (Orgs.). Não sou daqui, nem sou de lá: gestão, curadoria e residência artística em rede. Porto Alegre: Galeria Península, 2017.
- TEJO, C. (Org.). Curadoria em cinco dimensões. Aracaju: Instituto Banese, 2017.

SITES

FÓRUM PERMANENTE. O sistema da arte – 2005. Disponível em: www.forumpermanente.org/event_pres/simp_sem/pad-ped0/documentacao-f/conf01. Acesso em 01/11/2018.

ENCICLOPÉDIA Itaú Cultural de Arte e Cultura Brasileiras. São Paulo: Itaú Cultural, 2018. Disponível em: <http://enciclopedia.itaucultural.org.br/termo5419/site-specific>. Acesso em: 04/07/2018. Verbete da Enciclopédia. ISBN: 978-85-7979-060-7.

DADOS E ESTATÍSTICAS DO SETOR NO BRASIL

LIVROS E PERIÓDICOS

FIALHO, A. L. “O mercado das artes, os artistas e as instituições.” In: Outras histórias na arte contemporânea/ organização e comissão científica de Priscila Arantes; Cauê Alves; Simone Osthoff. São Paulo: Paço das Artes, 2016.

GRAÇA-COUTO, R (Org.). O valor da obra de arte. São Paulo: Metalivros, 2014, pp. 34-85.

NUNES, K. Espaços autônomos de arte contemporânea. 1ª edição. Rio de Janeiro: Editora Circuito, 2013.

GUIAS, MANUAIS E DISSERTAÇÕES

FERNANDES, M. Um balanço sobre o seminário “Longitudes: a formação do artista contemporâneo no Brasil”. 2014. 95f. Dissertação de Mestrado – USP, São Paulo, 2016.

IBRAM. Guia dos Museus Brasileiros Brasília, DF: 2011.

____. Museus e a dimensão econômica: da cadeia produtiva à gestão sustentável. Brasília: 2014.

MinC/IBRAM. Política nacional de museus – Relatório de gestão 2003-2010. Brasília, DF: 2010.

VASCONCELOS, A. BEZERRA, A. (Org.). Mapeamento de residências artísticas no Brasil. 1ª edição. Rio de Janeiro: FUNARTE, 2014.

SITES

ABACT. Pesquisa Setorial Latitude: O mercado de arte contemporânea no Brasil. 1a a 5a edições. Disponíveis em: www.latitudebrasil.org/pesquisa-setorial/. Acesso em: novembro, 2018.

ATELIÊ 397. Espaços independentes. Livro contemplado pelo edital Conexão Artes Visuais da Funarte, parte da documentação das atividades do Ateliê 397 (São Paulo – SP), do Arquipélago (Florianópolis – SC), do Branco do Olho (Recife – PE), do Atelier Subterrânea (Porto Alegre – RS) e do Barracão Maravilha (Rio de Janeiro – RJ), entre outros espaços independentes brasileiros, 2010. Disponível em: https://issuu.com/atelie397/docs/issu_espacos_independentes. Acesso em novembro, 2018.

FÓRUM PERMANENTE. O Ibram, o mercado de arte, os desacertos das políticas públicas e a salvaguarda do patrimônio cultural nacional. São Paulo, 2014. Disponível em: www.forumpermanente.org/imprensa/instituto-brasileiro-de-museus-ibram/ibram-mercado-de-arte-politicas-publicas-salvaguada-patrimonio-cultural. Acesso em: novembro, 2018.

DADOS E ESTATÍSTICAS DO SETOR FORA DO BRASIL

LIVROS E PERIÓDICOS

CODIGNOLA, F. The Globalization of the Art Market: A Cross-Cultural Perspective where Local Features meet Global Circuits. 10.4018/978-1-4666-8262-7.ch005, 2015.

COLBERT, F. "Entrepreneurship and Leadership in Marketing the Arts". International Journal of Arts Management. Volume 6, nº 1. Montreal, Canada, 2003.

DI TORCELLO, A. P.; TAGLIAFERRI, B. Il mercato dell'arte e dei beni da collezione. Deloitte/ArtTactic Art & Finance Report, Luxembourg, 2017/2018.

PETERSSON, A.; DI TORCELLO, A. P. Art & Finance Report 2016. Deloitte/ArtTactic Art & Finance Report, Luxembourg, 2016/2017.

SITES

HISCOX/ART TACTIC. Hiscox Online Art Trade Report 2018. Disponível em: www.hiscox.co.uk/online-art-trade-report#. Acesso em: novembro, 2018.

HISCOX/ART TACTIC. "The Hiscox Online Art Trade Report 2017 A market yet to awaken?". Disponível em: www.hiscox.co.uk/sites/uk/files/documents/2017-05/hiscox-online-art-trade-report-2017.pdf. Acesso em: novembro, 2018.

HISCOX/ART TACTIC. "The Hiscox Online Art Trade Report 2016 Bringing transparency to the online art Market". Disponível em: www.hiscox.co.uk/sites/uk/files/documents/2017-05/hiscox-online-art-trade-report-2016-v2.pdf. Acesso em: novembro, 2018.

CONTEXTO MACRO DA CULTURA

LIVROS E PERIÓDICOS

FIALHO, A. L. "Como construir coleções?". Revista Select, São Paulo, v. 27, nov.-dez., 2015b. Disponível em: www.select.art.br/como-construir-colecoes/. Acesso em: novembro, 2018.

____ VALIATI, L. (Org.). Atlas econômico da cultura brasileira: metodologia I. Porto Alegre: Editora da UFRGS/CEGOV, 2017. p. 210-14.

CALABRE, L. Políticas culturais: pesquisa e formação. São Paulo: Fundação Casa de Rui Barbosa; Rio de Janeiro: Itaú Cultural: [s.n.], 2012, p. 247-64.

HEINICH, N. Le triple jeu de l'art contemporain. Paris: Éditions de Minuit, 1998.

NAGLER, J. How to Be an Artist Without Losing Your Mind, Your Shirt, or Your Creative Compass. 1ª edição. New York, USA: Countryman Press, 2016.

LIND, M.; VELTHUIS, O. (.). Contemporary art and its commercial markets: a report on current conditions and future scenarios. Berlim: Sternberg Pres, 2012. p. 53-84.

MOULIN, R. L'artiste, l'institution et le marché. Paris: Flammarion, 1992.

____. O mercado de arte: mundialização e novas tecnologias. Porto Alegre: Editora Zouk, 2007.

VILLAS BÔAS, G.; QUEMIN, A. Arte e vida social: pesquisas recentes no Brasil e na França. 1ª. ed. Marseille: Open Edition Press, v. 1, 2016., p. 1-10.

SITES

\ABACT. Missão. ABACT, 2011. Disponível em: <http://abact.com.br/abact-missao>. Acesso em: novembro, 2018.

APEX-BRASIL. Projeto Latitude e Apex-Brasil anunciam exportações recorde. Apex-Brasil, 2016. Disponível em: www.apexbrasil.com.br/Noticia/PROJETO-LATITUDE-E-APEX-BRASIL-ANUNCIAM-AUMENTO-RECORDE-. Acesso em: novembro, 2018.

LIVROS E PERIÓDICOS

DURAND, J. C. Arte, privilégio e distinção: artes plásticas, arquitetura e classe dirigente no Brasil, 1855/1985. São Paulo: Perspectiva/Edusp, 1989.

FLEURY, L. Sociologia da cultura e das práticas culturais. São Paulo: Editora do SENAC, 2009.

PRETTO, Marcelo. Direito autoral para fotógrafos. Santa Catarina: Iphoto Editora, 2013.

THOMPSON, D. O tubarão de 12 milhões de dólares. São Paulo: BEI Comunicação, 2012.

THORNTON, S. Sete dias no mundo da arte: Bastidores, tramas e intrigas de um mercado milionário. Rio de Janeiro: Agir, 2010.

Madureira, J; Cayres, I. “Manuseamento, acondicionamento e transporte de bens culturais – avaliação de riscos e cuidados específicos a ter com pinturas de cavalete, têxteis e trajes.” Revista Estudos de conservação e restauro, CITAR-Escola das Artes da Universidade Católica Portuguesa, Porto, Portugal. Fascículo n. 3, p. 66-79, 2011.

GUIAS, MANUAIS E DISSERTAÇÕES

ABACT. Breve manual jurídico. 1 ed. São Paulo, 2012, p. 20-4.

ABACT. Manual de importação e exportação de obras de arte. São Paulo, maio, 2013. Disponível em: http://latitudebrasil.org/media/uploads/publicacoes/issuu/manualexportaca_1.pdf. Acesso em: novembro, 2018.

MINC/Diretoria dos Direitos Intelectuais DDI. Legislação de Direitos Autorais, 5ª edição, Brasília, 2016.

Manual: Brasil. Ministério das Relações Exteriores. Divisão de Programas de Promoção Comercial. Exportação Passo a Passo / Ministério das Relações Exteriores. – Brasília: MRE, 2011. P.27. Disponível em: www.brasilglobalnet.gov.br/ARQUIVOS/Publicacoes/Manuais/PUBExportPassoPasso2012.pdf. Acesso em: janeiro, 2013.

SEITER W. J. The Creative Artists’s Legal Guide: copyright, trademark, and contracts in film and digital media production. Yale University, 2012.

ODGEN, Sherelyn (edição) Projeto conservação preventiva em bibliotecas e arquivos. 1-9: Armazenagem e manuseio. 2a edição. Rio de Janeiro: Projeto Conservação Preventiva em Bibliotecas e Arquivos – Arquivo Nacional, 2001.

ESPINOZA MORAGA, Fanny; ARAYA MONASTERIO, Carolina. “Análisis de materiales para ser usado en conservación de textiles”, in: Conserva – Revista do Centro Nacional de Conservação e Restauro Santiago do Chile, 4 (2000), pp. 49-53.

Museums and Galleries Commission/Edusp. Planejamento de exposições (Effective Exhibitions Guidelines for Good Practice). São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo; Vitae, 2001.

SITES

ARTSY: How Young Artists Set Prices for Their Work. Disponível em: www.artsy.net/article/artsy-editorial-young-artists-set-prices-work. Acesso em: novembro, 2018.

FINDLAY, M. The value of Art: money, power, beauty. Who decides what art is worth?. Novembro, 2012. Disponível em: <https://news.artnet.com/market/defining-the-value-of-art-27673>. Acesso em: novembro, 2018.

QUEMIN, A. “Mercado de arte, instituições artísticas e... passaportes”. Entrevista por Ilana Golstein. Revista – PROA/ Unicamp, vol. 01, nº 1. Disponível em: www.ifch.unicamp.br/proa/pdfs/Entrevista%20Alain%20Quemin%20%28traduzida%29%20-%202019.pdf.

SEBRAE: www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae. Acesso em: novembro, 2018.

AGRADECIMENTOS

A publicação deste manual seria impossível sem a revisão e a contribuição dos seguintes profissionais:

Jacqueline Assis [conservadora-restauradora do Laboratório de Conservação e Restauração de Papel do Museu Nacional de Belas Artes]

James Lisboa [leiloeiro oficial do Estado de São Paulo e perito judicial da casa de leilão de arte de São Paulo, Leilão de Arte James Lisboa]

Sylvia Sanchez [fotógrafa, *filmmaker*, artista visual e professora na Panamericana Escola de Arte e Design]

E dos artistas:

Apolo Torres

Fernanda Chieco

Marcelo Gandhi

Nosso agradecimento especial ao parceiro Centro Universitário Belas Artes de São Paulo representado pelo coordenador do curso de artes visuais, Prof. Dr. Roberto Bertani, e pelas alunas e alunos Amanda Costa Cândido da Silva, Fábio Hideki Eguchi, Kátia Souza Lee, Leonardo Martins de Oliveira, Veridiana Mana Carloti, pelos importantes papéis na análise e cruzamento de dados do questionário da pesquisa interna.

E a todos os artistas, curadores, gestores, jornalistas, produtores e demais colegas do setor pela divulgação e colaboração, bem como aos artistas que dedicaram tempo para responder pesquisa interna.

REALIZAÇÃO

UNESCO [Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura]

MINISTÉRIO DA CULTURA

Ministro de Estado da Cultura
Sergio Henrique Sá Leitão

Secretário da Economia Criativa
Douglas Ramiro Capela

Chefe de Gabinete
José Mauro Gnaspini

Diretora do Departamento de Empreendedorismo Cultural
Érica Bordinhão Lewis

Coordenadora-Geral de Empreendedorismo e Inovação
Andrea Santos Guimarães

Coordenador de Formação Técnica, Gestão e Produção
Jorge Edson Garcia

Diretor do Departamento de Assuntos Internacionais
Adam Jayme de Oliveira Muniz

Coordenador-Geral de Cooperação e Assuntos Multilaterais e Diretor Nacional do Projeto 914BRZ4013
Eduardo Pareja Coelho

Coordenadora de Cooperação Internacional e Coordenadora do Projeto 914BRZ4013
Luanne Silva Cortes Trigueiro

EQUIPE TÉCNICA

Curadoria e conteúdo
Cristiana Tejo

Aspectos jurídicos
Cristiane Olivieri e Willian Galdino [Olivieri Associados]

Desenvolvimento e pesquisa, gestão de carreira
Danielle Giovi Abrahamsson

Especialista em comunicação
Júlia Frate Bolliger

Especialistas em comércio exterior
Márcio Cândido e Victor Gomes

Coordenação geral
Mônica Novaes Esmanhotto [Além Consultoria em Cultura]

Consultora para assuntos contábeis
Ana Paula Silva Almeida e Carlos Sousa Santos [Suprema Contadores Associados]

ANÁLISE DE DADOS DO QUESTIONÁRIO

Coordenação Prof. Dr. Roberto Bertani [Centro Universitário Belas Artes de São Paulo]

Equipe de alunos
Amanda Costa Cândido da Silva
Fábio Hideki Eguchi
Kátia Souza Lee
Leonardo Martins de Oliveira
Veridiana Mana Carloti

EDIÇÃO

Bruna Martins Fontes
Maria Carolina Maia

PROJETO GRÁFICO E INFOGRAFIA

Danilo Bandeira
Janaina Pinho

REVISÃO DE TEXTO

Marcela Vieira

COMITÊ CIENTÍFICO

Representantes do Ministério da Cultura:
Andrea Santos Guimarães
Érica Bordinhão Lewis
Jorge Edson Garcia
Luanne Silva Cortes Trigueiro
Xico Chaves

Representantes do setor:

Ana Letícia Fialho
Carla Chaim
Tera Queiroz

CONTATO

guiadoartistavisual@gmail.com

Esta publicação tem a cooperação da UNESCO no âmbito do Projeto 914BRZ4013, o qual tem o objetivo de fortalecer o ministério da cultura para o desenvolvimento de estudos, projetos e ações voltados à construção, aperfeiçoamento e extroversão de uma política cultural fundada nos princípios da intersectorialidade, do compartilhamento federativo das ações, e da garantia do acesso aos bens, serviços e expressões culturais.

As indicações de nomes e a apresentação do material ao longo deste livro não implicam a manifestação de qualquer opinião por parte da UNESCO a respeito da condição jurídica de qualquer país, território, cidade, região ou de suas autoridades, tampouco da delimitação de suas fronteiras ou limites. As ideias e opiniões expressas nesta publicação são as dos autores e não refletem obrigatoriamente as da UNESCO nem comprometem a Organização.



Organização
das Nações Unidas
para a Educação,
a Ciência e a Cultura

Cooperação
**Representação
no Brasil**

GUIA DO ARTISTA VISUAL

Inserção e Internacionalização

MINISTÉRIO DA
CULTURA

