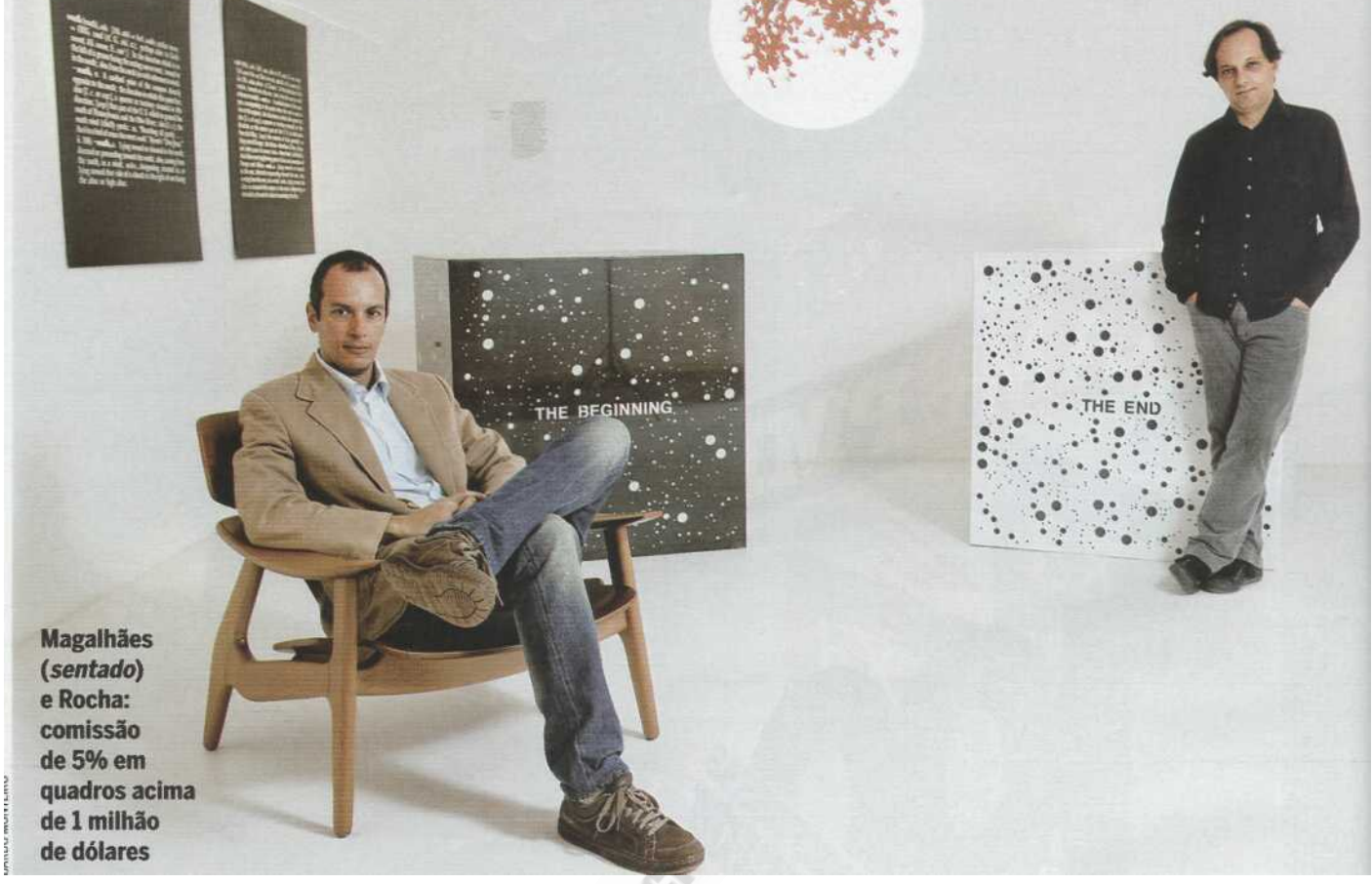

Magalhães (*sentado*) e Rocha: comissão de 5% em quadros acima de 1 milhão de dólares

Tudo sobre arte

Eles viajam junto com os clientes, visitam museus, galerias e sugerem obras para comprar. São os *"personal art advisors"*, profissionais que ensinam a ganhar dinheiro com arte

RENATA AGOSTINI

Depois do *personal trainer*, do *personal stylist* e do *personal sommelier*, para ficar apenas nos mais conhecidos, uma nova categoria de profissionais está surgindo. Especializados em assessorar gente com muito dinheiro a entender e investir em arte, eles ainda não são chamados de "personal curador" ou *"personal art advisor"*, mas bem que poderiam. Entre os serviços oferecidos estão viagens com os clientes para museus e galerias dos Estados Unidos e da Europa, aulas sobre artistas e movimentos de arte e uma seleção de quadros que podem trazer um bom retorno financeiro. "Assim como quem passa a comprar vinhos cada vez mais caros quer entender melhor o que está tomando, quem começa a se interessar por arte precisa de uma assessoria para não perder seu dinheiro com obras ruins", diz o carioca Guilherme Magalhães Pinto Gonçalves, herdeiro dos fundadores do extinto banco Nacional e sócio da Nau Consultoria de Arte.

Pioneiro nesse tipo de atividade, Magalhães Pinto cansou de auxiliar amigos na compra de obras de arte sem receber nada em troca. Há três meses, percebendo que havia demanda por um profissional com suas características, abriu sua empresa (até agora, não se tem notícia de concorrentes). Magalhães Pinto chamou um sócio, o professor de história da

Os conselhos de quem entende

O que é preciso saber no momento de avaliar uma obra, de acordo com os especialistas

FOTOS: DIVULGAÇÃO

QUAIS MUSEUS E GALERIAS EXIBEM TRABALHOS DO ARTISTA

Se o artista tem obras em grandes museus, como **MoMA** (*na imagem, quadro de Vik Muniz*) e Tate Modern, o retorno é garantido. Ser representado por uma galeria que expõe na Art Basel, principal feira de arte do mundo, também é boa referência

O QUE DIZEM OS CRÍTICOS E A IMPRENSA ESPECIALIZADA

Uma crítica positiva nas revistas *Art Press* (francesa), *Frieze* (inglesa) ou na americana *Art Forum* também ajuda, assim como ter boa exposição na mídia não especializada

NÚMERO DE OBRAS PRODUZIDAS PELO ARTISTA POR ANO

Quanto menos trabalhos disponíveis, mais valorizados. Em pintura, 50 quadros por ano já é muito. **Beatriz Milhazes**, a mais valorizada artista brasileira, produz apenas dez trabalhos por ano

Fonte: Nau Consultoria de Arte

arte Marcelo Rocha — e diz estar surpreso com a aceitação do novo serviço, Como consultor, um de seus primeiros trabalhos foi ciceronear o empresário Alexandre Accioly e a namorada, Renata Padilha, num roteiro por museus e galerias de Londres, em maio. No mês passado, viajou novamente, levando cinco casais para Nova York (uma viagem de uma semana, sem comprar nenhum quadro, custa de 20 000 a 60 (XX) reais por pessoa). E, até o fim do ano, outros seis clientes serão guiados por galerias e museus de Miami, Londres e Paris.

O PÚBLICO-ALVO DESSE TIPO de profissional são executivos e empresários dispostos a gastar, no mínimo, 80 000 reais por peça. No porrfólio de clientes da Nau há operadores do mercado financeiro, famílias com sobrenome quatrocentão e até um criador de gado de Goiás. "Busco preferencialmente pessoas que tenham mais dinheiro do que eu", diz Magalhães Pinto. Economista por formação, ele começou a colecionar obras de arte em 1996, sob orientação de Marcelo Rocha, seu professor na Escola de Artes Visuais do Parque Lage. no Rio de Janeiro. Sua coleção tem obras de artistas como Adriana Varejão e Antônio Dias e tornou-se o principal cartão de visita da consultoria. Comprados por 1 milhão de dólares, os quadros hoje valem o triplo. Por isso, todos os potenciais clientes são encorajados a visitar a coleção. Com o designer Paulo Bernardo Gomes, que se prepara para ir à Europa com a mulher em outubro, a estratégia funcionou. "Passei a ver a arte como uma excelente oportunidade de investimento", diz Gomes.

Assim como Accioly, Gomes começou a comprar obras de arte para decorar a casa. Aos poucos, os dois perceberam que suas obras estavam valorizando e decidiram se informar melhor antes de continuar a investir em arte. "Não tenho ânimo para colocar mais dinheiro do que já tenho em ações", diz Gomes. "Após a crise, as obras de arte voltaram a preços realistas e podem valorizar bastante no longo prazo." Acertar a aposta num artista em ascensão pode ser um excelente investimento. Há seis anos, os trabalhos de Mira Schendel, artista suíça radicada no Brasil, podiam ser comprados por cerca de 30 000 dólares. Hoje. chegam a custar 200 000 dólares. Há obras da carioca Beatriz Milhazes vendidas por 14 000 dólares em 1998 valendo cerca de 1 milhão hoje.

Mas encontrar a obra e o artista certos não é trabalho para amadores. Além de conhecer bem o mercado, é preciso urna pesquisa criteriosa, que envolve desde a exposição do artista na mídia até o volume de obras que ele produz por ano *(veja quadro)*. Para assessorar urna compra. Magalhães Pinto cobra comissão de 10% para trabalhos de até 1 milhão de dólares e 5% para obras acima desse valor. Após cada aquisição, o cliente recebe um relatório, atualizado pelo menos quatro vezes ao ano, com a valorização estimada da obra com base na cotação de trabalhos semelhantes nas feiras de arte de Basel, na Suíça, Madri. Londres e Miami. "O que fazemos é reduzir os riscos e ajustar o gosto do cliente a uma boa oportunidade de investimento", diz Rocha.

Embora semelhantes, há duas diferenças básicas entre os serviços oferecidos pelos *personal art advisors* e o trabalho das galerias. A primeira é que o repertório das galerias tende a ser limitado. "Nem o melhor galerista consegue representar todos os artistas importantes", diz André Millan, da galeria Millan, uma das principais do país. A segunda é que, como os profissionais independentes não representam ninguém, o risco de "empurrarem" as obras de determinado artista é menor. Num mercado como o brasileiro, em que há poucas pessoas com dinheiro e vontade para comprar obras caras e formar coleções de alto nível, confiança pode ser um fator decisivo para ganhar um cliente. •

AGOSTINI, Renata. Tudo sobre arte. **Exame**, São Paulo, ano 43, n.15, p. 150-151, 12 ago. 2009.