

# Mauro Souza Negruni<sup>1</sup>

## Mary Sandra Guerra Ashton<sup>2</sup>

Critérios de valoração de pinturas:  
capital estético e valor justo

*Painting value criteria: aesthetic capital  
to compare fair value*

### RESUMO

Este estudo abordou os critérios de valoração das pinturas, consideradas obras de arte, pelo aspecto contábil, suas normas de comparabilidade em princípios definidos a partir da adoção do IFRS (*International Financial Reporting Standards*) e os critérios aplicados por artistas pintores e gestores de galerias. Especificamente, se pretendeu validar a aderência dos padrões contábeis internacionais aos critérios de valoração de pinturas aplicados por operadores do mercado local do estado do Rio Grande do Sul. Por se tratar de uma pesquisa qualitativa e exploratória mesmo com amostra reduzida, os achados permitiram trazer à tona a discussão sobre a distinção de critérios e gerou contribuição ao tema da valoração econômica da arte, em confronto com a ciência da valoração dos patrimônios. Na análise emergiram relações que permitiram identificar uma lacuna entre os critérios e a proposição de uma nova categoria: o capital estético.

**Palavras-chave:** capital intelectual; capital estético; valoração de intangíveis; valor da arte.

### ABSTRACT

*This study addressed the criteria for valuing paintings, considered works of art, due to the accounting aspect, their standards of comparability in principles defined from the adoption of the IFRS (International Financial Reporting Standards) and the criteria applied by painters and gallery managers. Specifically, if it was intended to validate the adherence of international accounting standards to the criteria for the valuation of paintings applied by operators in the local market of the state of Rio Grande do Sul. As this is a qualitative and exploratory research, even with a small sample, the findings allowed bringing the discussion about the distinction of criteria emerged and contributed to the theme of the economic valuation of art, in comparison with the science of heritage valuation. In the analysis, relations emerged that allowed to identify a gap between the criteria and the proposal of a new category: aesthetic capital.*

**Keywords:** intellectual capital; aesthetic capital; valuation of intangibles; value of art.

---

1 Graduação em Processamento de dados, especialização Lato Sensu em Tecnologia de Negócios para Internet. Mestre em Indústria Criativa e professor de Pós-graduação em gestão contábil e tributária. E-mail: negrunimauro@gmail.com

2 Bacharel em Turismo - PUCRS, Especialista em Produção e Gestão do Turismo - PUCRS, Mestre em Comunicação Social - PUCRS e Doutora em Comunicação Social - PUCRS. Professora Titular Nível A, atua no ensino, pesquisa e extensão na Universidade Feevale, Docente no Curso de Turismo e no Programa de Mestrado em Indústria Criativa. E-mail: marysga@feevale.br

## 1 INTRODUÇÃO

**A**s pinturas, consideradas obras de arte, são capazes de sobreviver às condições históricas e burlam o esquecimento. São objetos complexos e elaborados no curso da história (BOURDIEU, 2015). O instante da criação é como uma solidão metafísica completamente despojada e sentimental que Bachelard (2007) afirma ser um isolamento, um tipo de violência criadora que se apossa do autor num instante único. Os objetos de arte gerados pela pintura são distintos dos demais pela forma de elaboração e pela aceitação social da estética (BOURDIEU, 2015).

Para Gombrich (2013) existiriam somente os artistas, então mesmo que haja instrumentos suficientes para aplicar cores em telas, pouco se diferenciam de tapumes com adornos coloridos pelos artistas.

Para Benjamin (2013) a era da reprodutibilidade nos jogou abruptamente na garantia do testemunho histórico. Para o autor a materialidade das obras e seu desgaste pelo tempo são fatores relativizados pela possibilidade de serem reproduzidas inúmeras vezes. Associam-se a Benjamin (2013) outros autores como Bourdieu (2015) e Bachelard (2007) que distinguem a produção da arte pelo seu valor histórico e cultural. E Gombrich (2013) que também classifica a produção da arte como bens únicos e inestimáveis.

Segundo Florida (2011), a arte está entre as atividades abrangidas pela indústria criativa, portanto, é apropriado perceber os aspectos econômicos da ascensão de uma classe de pessoas dedicadas à criação. São profissionais, cuja ocupação está baseada na inovação - baseada em novas tecnologias e ideias, produzindo novos conteúdos criativos com potencial econômico. Na base das produções criativas está o capital intelectual.

O capital intelectual amplia as possibilidades de desempenho de empreendimentos em geral e os ativos intangíveis passaram a ser vistos como potenciais impulsionadores da nova economia (ZANINI; MIGUELES, 2017). A intangibilidade como fator de desenvolvimento econômico não é novidade. Edvinsson e Malone (1998) instigam que para uma avaliação completa, e de cada entidade, é necessário verificar quais são os fatores ocultos nos balanços quanto aos intangíveis, ou seja, o capital intelectual.

Para Almeida (2017) a dificuldade surge pela falta de comparabilidade, pois faltam variáveis precisas que permitam uma mensuração confiável e comparável. Para as pinturas é atribuída importância, significado e valor econômico individualmente o que levaria para múltiplas possibilidades de valorações estritamente pessoais que comprometeriam os métodos de abordagem de mercado em que não haja informações disponíveis para aferição do valor justo (HANLIN; CLAYWELL, 2013). Para Yanase (2018), a diferenciação de valoração de bens seriados e únicos não está sujeita à oferta natural do mercado baseado na oferta e demanda.

Hubbard (2015) nas discussões de mensuração de bens intangíveis, afirma que a subjetividade é um mito e que os dilemas podem ser solucionados. Por meio da Lei nº 11.638/2007 (BRASIL, 2007), na contabilidade empresarial há meios para assentar os ativos intangíveis, como as pinturas. A Lei estabelece, nos princípios da contabi-

lidade brasileira, que o valor contábil da transação deve ser registrado e permitir a comparabilidade econômica.

O Valor Justo deve ser utilizado nas demonstrações contábeis (YANASE, 2018) – preço recebido pela venda de um ativo em transação não forçada entre participantes e que seria estabelecido pelo mercado pela receita potencial futura que o intangível geraria (DANTAS, 2016). Hubbard (2015) considera difícil a tarefa de avaliar os ativos intangíveis por características próprias. Vasconcelos, Forte e Basso (2019, p. 2) também relatam a dificuldade: mesmo que haja norma internacional especificada, há uma lacuna de aplicação e suporte aos empreendimentos da economia criativa que estão atrelados ao “conservadorismo da Ciência Contábil”.

À luz do conceito de valor justo, estabelecido nos critérios contábeis brasileiros pelo CPC46/2012 (CPC46, 2020), o objetivo deste trabalho foi validar a aderência dos padrões contábeis internacionais aos critérios de valoração de pinturas aplicados por operadores do mercado local do estado do Rio Grande do Sul.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 A criação, a arte e pintura

No sentido do que é o belo e o bom, Gardner (1999, p. 14) propõe sua perspectiva de que “há o domínio da verdade – e seu avesso, o que é falso ou indeterminável. Há o domínio da beleza – e sua ausência, em experiências e objetos que são feios ou *kitsch*. E há o domínio da moralidade – o que consideramos ser bom e o que consideramos ser maligno”. Logo, investigar se a estética, a beleza e o bem seriam partes da mesma essência passa a ser fundamental na compreensão do cenário da produção da arte. Para Gombrich (2013), existem somente os artistas e suas manifestações. Desde há muito os artistas esboçam seus desenhos em cavernas com tintas rudimentares e o ponto central é manter o discernimento de que essas atividades podem ter significados bastante distintos no tempo e lugar. Com sua visão social, Fischer (2015) questiona a valia e os esforços dos artistas e enaltece o valor da arte pela arte, quando afirma que “tendemos a considerar natural (e aceitá-lo como tal) um fenômeno surpreendente” (FISCHER, 2015, p. 12). Para Maffesoli (2009), a sociedade não viveria sem o lúdico e aponta a imagem secundarizada no mundo ocidental como luxo ou supérfluo para momentos de lazer. É o reino das imagens que mantém a ordem social. Por que a arte leva pessoas ao encontro inebriante de prazeres momentâneos? Seria uma busca de completar a existência com o belo, formas e figuras de um mundo fictício (FISCHER, 2015).

A criação é o momento, o instante em que o artista vive sua “solidão em seu valor metafísico mais despojado. Mas uma solidão de ordem mais sentimental que confirma o trágico isolamento do instante: por uma espécie de violência criadora” (BACHELARD, 2007, p. 18). A essencialidade da arte está na presença exterior ao indivíduo, que deseja o que o envolve e encanta. Desde os “mais profundos segredos dos átomos” (FISCHER, 2015, p. 13) até as constelações mais longínquas, o homem anseia por integrar-se a uma existência humana coletiva, tornando-se social e cole-

tivo, pois “a arte é o meio indispensável para essa união do indivíduo com o todo” (Ibid., p. 13). Também Bourdieu (2015) percebe as obras de arte, como as pinturas, capazes de sobreviver às condições históricas e burlam o esquecimento. São objetos complexos e elaborados no curso da história, com preferências naturais que se sobrepõem pelas características formais de sua criação e eternizam um momento.

Gardner (1999), Bachelard (2007), Fischer (2015) e Bourdieu (2015) alinham que o artista é um instrumento maravilhoso que externa seu mundo interior e permeia-o com a realidade. A produção de arte combina inspiração e suas ideias com a materialização. “Se o artista está cheio de ideias ou inspirações, mas falta-lhe o domínio de um meio material, não será capaz de expressar-se de um modo acessível. Estará dirigindo-se unicamente a si mesmo” (GARDNER, 1999, p. 176).

Há uma indissociável relação entre a estética e a história de um grupo social que segundo Boas (2014) caracteriza nosso comportamento, independentemente da cultura. Esta relação é determinada pela tradição – como todos nós lidamos com semelhanças e diferenças – do mesmo modo, no mundo inteiro, a partir do que nos foi transmitido já que “todas as atividades humanas podem assumir formas que dão a elas valores estéticos” (Ibid., p. 13). O juízo do belo é essencialmente estético, portanto, intimamente relacionado à individualidade ou ao grupo, assim “quando as formas comunicam um significado, por lembrarem experiências passadas ou porque agem como símbolos, adiciona-se um novo elemento à fruição” (BOAS, 2014, p. 15). A expressão artística varia de acordo com a preferência pessoal, como afirma Gombrich (2013, p. 22): “o problema da beleza é que os gostos e parâmetros que definem o que é belo são muito variáveis”.

Neste trabalho as obras de arte que serão consideradas são as pinturas, tomadas como as obras de artes com as características intrínsecas e extrínsecas da seguinte categoria museológica: pinturas em qualquer suporte móvel (geralmente quadros), como papel, tecido ou tela e de quaisquer materiais, como óleo, guache, aquarela, têmpera etc (SILVA, 2014). As pinturas produzidas no âmbito da indústria criativa, a partir do capital intelectual dos profissionais criativos, materializam a arte, o belo (ou o bom) e serão tomadas com bens intangíveis da sociedade do conhecimento.

## 2.2 A importância do capital intelectual

Na compreensão de nossos ancestrais pode-se perceber algumas estratégias que, associadas aos hábitos e à intelectualidade, distinguem os povos primitivos. A criação da riqueza sempre foi a partir de impulsos cerebrais (EDVINSSON; MALONE, 1998). Este capital intelectual possibilitou a subsistência povos que segundo Edvinsson e Malone (1998) quando comparam os Cro-Magnons que desapareceram da Europa há 40 mil anos e os Neandertais – seus contemporâneos que desapareceram há 30 mil anos. E foi, segundo os autores, o conhecimento sobre técnicas de caça e pesca fez a diferença entre esses dois povos.

Ao associarmos o pensamento de Gorz (2005) encontramos a principal força de produção: o conhecimento e sua aplicação. A inteligência aplicada aos empre-

endimentos “não mais o trabalho social abstrato mensurável segundo um único padrão, que se torna a principal substância social comum a todas as mercadorias. É ela que se torna a principal fonte de valor e de lucro” (GORZ, 2005, p. 29).

O não material, constitui a inteligência dos empreendimentos sociais e essa é uma aproximação ao conceito dos ativos intangíveis proposto pelo autor.

Quanto à importância econômica do conhecimento ou capital imaterial, Gorz (2005, p. 29) afirma que “recobre e designa uma grande diversidade de capacidades heterogêneas, ou seja, sem medida comum, entre as quais o julgamento, a intuição, o senso estético, o nível de formação e de informação, a faculdade de aprender e de se adaptar”. Os ambientes de trabalho estão se modificando rapidamente, o que, segundo Florida (2011), não é apenas a vestimenta casual que assumiu papel nas corporações, mas também o clima organizacional mais aberto e tolerante e modelos de gestão mais flexíveis com horários. Os autores Florida (2011) e Gorz (2005) promovem um olhar sobre a economia criativa por ângulos distintos, mas, ainda assim, o eixo econômico-criativo-colaborativo é basilar e comum. Afetada pelo capital intelectual, a economia do final do século XX deu lugar a uma nova forma de avaliação de ativos e marcas. Segundo Edvinsson e Malone (1998) a forma de registrar os ativos pelo modelo tradicional da contabilidade não está mais dando conta do que ocorre atualmente.

Segundo Bourdieu (2018), é preciso reconhecer a ambiguidade de fazer comércio dos bens culturais – o comércio do sagrado. Todavia, assumindo que haverá transações dos bens culturais, será preciso lhes atribuir valor, mesmo sob o efeito da subjetividade na valoração.

É possível avançar, conforme De Brito e Brito (2012, p. 365): “subjetividade do julgamento de utilidade e valor aplica-se tanto na relação com consumidores finais quanto em grandes compras de ações”. O custo de oportunidade mantém pouca relação com o custo de produção nas artes plásticas.

### 2.3 Ativos intangíveis

A proteção dos ativos classificados em 12 áreas do conhecimento da indústria criativa é fundamental para manter os direitos aos autores (REIS, 2012). Esses ativos intangíveis requerem proteção que poderá se traduzir em registro de patentes (ou equivalentes) e ainda que não seja obrigatório é, sem dúvida, uma forma de garantir o direito econômico sobre a criação (PIMENTEL, 1999).

O Brasil adotou padrões internacionais de contabilidade – Leis 11.638/07 (BRASIL, 2007) e 11.941/09 (BRASIL, 2009). O padrão IFRS – *International Financial Reporting Standards*, estabelece preceitos, entendimentos e práticas internacionalmente para atingir os seguintes objetivos, conforme a resolução 1.374/11 (CFC, 2019):

- a. elaboração e divulgação de relatórios contábil-financeiro;
- b. As características qualitativas de informação contábil-financeira;
- c. A definição, o reconhecimento e a mensuração dos elementos, a partir dos quais as demonstrações contábeis são elaboradas;
- d. Os conceitos de capital e manutenção de capital.

No Brasil as normas estabelecidas pelo Conselho Federal de Contabilidade – CFC em convênio com os Conselhos Regionais de Contabilidade – CRCs, fiscalizam o exercício dos profissionais, conforme Resolução CFC 560/1983 (CFC, 1983). O CFC e órgãos conjuntos, como o Instituto Brasileiro de Contadores (IBRACON) e o Comitê de Pronunciamentos Contábeis (CPC) padronizam a interpretação e aplicação dos princípios contábeis brasileiros. É por meio de resoluções e pronunciamentos que o CFC e o CPC têm feito um postulado contábil que contém as orientações no sentido de padronizar e uniformizar a produção, controle, registro e divulgação das peças contábeis que são entendidos como produtos finais da contabilidade e fornecem aos usuários externos e internos informações relevantes sobre a entidade (RIBEIRO; COELHO, 2014).

A contabilidade moderna trata com prioridade a identificação e a classificação dos ativos (bens e direitos). É papel das peças contábeis explicitar para o público externo à organização os elementos intangíveis e imobilizados como apresentado por Antunes, Silva e Saiki (2009, p. 3):

A Contabilidade apresenta-se como a área do conhecimento mais apropriada para desempenhar esse papel, dada a sua função primária que é a de identificar, mensurar, registrar e divulgar todos os fenômenos que afetam o patrimônio de uma entidade.

Drucker (1992) reconhece que é na contabilidade que se percebe o valor das produções de todas as organizações, pois seus métodos de produção, comercialização ou prestação de serviços estão assentados nela. Na sociedade do conhecimento o valor do recurso econômico está intimamente vinculado com a valia das criações e, o autor, propõe: acrescentar à lista de recursos geralmente citados (terra, capital e trabalho), também, o capital intelectual.

A normatização contábil estabelecida no Pronunciamento Contábil CPC 04/10 (CPC, 2010) submete as pinturas ao registro. E ao considerar a orientação número 4: “alguns ativos intangíveis podem estar contidos em elementos que possuem substância física...a entidade avalia qual elemento é mais significativo” (CPC04/10, 2010, p. 3) e o que propõem Hendriksen e Breda (2015) para o critério da relevância na relação entre ativos tangíveis e intangíveis, pela relação de importância na associação teríamos segurança quanto ao critério de classificação. Pastore (2008) explica que para as expressões culturais existirem, há uma materialização em suporte físico na qual há expressão cultural intrínseca da arte e analisa os ativos pela sua comunhão.

## 2.4 A valoração dos ativos intangíveis

A valoração atribuída pelos consumidores estaria influenciada pelos formadores de opinião, pois “a empresa pode gerar mais valor redirecionando sua oferta a diferentes mercados, promovendo o produto, alterando a forma e o local de exposição e atuando junto a formadores de opinião” (DE BRITO; BRITO, 2012, p. 365).

Para Hénault (2009) estamos inserindo nossa percepção cultural, religiosa, social, entre tantos aspectos ao descrever qualquer coisa.

Já para Santaella (2008) cada indivíduo é sensibilizado de forma particular, pois percorre um trajeto complexo de significação individual. A Semiótica traz luz sobre qual é a intercessão entre o signo, o próprio objeto e seu avaliador (SANTAELLA, 2008).

O valor inestimável de uma obra de arte, segundo Bourdieu (2018), está na simplicidade da gratuidade do valor do presente pessoal. Isso porque o artista não faria suas obras por interesses econômicos, mas para oferecer seu dom. Hanlin e Claywell (2013) concordam que o valor de ativos pode ser bastante pessoal já que a mesma informação em relatório contábil levaria um investidor a vender e outro a comprar porque “cada comprador e vendedor possui seus próprios motivos” e que “poucas transações são realmente comparáveis” (HANLIN; CLAYWELL, 2013, p. 51). Há conceitos de valor sob óticas distintas, segundo Catty (2013, p. 25): “Os contadores lidam com atividades que ocorreram no passado; os gestores, com a realidade do presente; os avaliadores, com as expectativas do futuro”.

Na visão de Catty (2013) quase sempre se busca o valor justo – estabelecido como o valor contábil ideal – baseado em estimativas relacionadas com o mercado. Bourdieu (2018) trata de enaltecer o valor intrínseco da arte. Hubbard (2015) considera, a partir da complexidade humana, a suspeita de elevar um quesito em detrimento de outro quando tratamos de bens que possuem essa incerteza intrínseca e intangibilidade.

Com base em Bourdieu (2018), Catty (2013) e Hubbard (2015), pode-se entender que a lógica comercial de comercialização das obras é um campo sensível ao artista. Os valores envolvidos nas transações dessa natureza podem estar dissociados do valor cultural intrínseco das criações, gerando uma distorção.

O pronunciamento contábil CPC46/2012 (CPC, 2012) apresenta a definição de valor justo, sendo aplicável também aos intangíveis, contudo, na utilização desse critério surge a inquietação sobre a valoração da arte, como a pintura: o efeito da influência da subjetividade sobre as avaliações de itens sem similares. O conceito de valor justo tem como princípio a transação que ocorre no principal mercado do ativo. Para King (2013), uma aparente precisão é a causa de muitos debates sobre os critérios adotados para a determinação do valor justo.

### 3 PERCURSO METODOLÓGICO

O percurso metodológico desta pesquisa teve como base a pesquisa exploratória, básica ou pura com abordagem qualitativa (PRODANOV E FREITAS, 2013; GIL, 2008; ZANELLA, 2009; BARDIN, 2011).

Do ponto vista da natureza é denominada como pesquisa pura aquela que busca a contribuição para a ciência, sem considerar a aplicação prática imediata e busca elevar o nível de conhecimento científico sobre um fenômeno ou teoria (GIL, 2008; ZANELLA, 2009). Neste trabalho se buscou explicitar os critérios distintos praticados por atores de mercado e os estabelecidos na Ciência Contábil.

Classificada como uma pesquisa qualitativa que “tem o ambiente natural como fonte direta dos dados e o pesquisador como instrumento chave” (ZANELLA, 2009,

p. 75). A pesquisa bibliográfica constituiu o referencial teórico, produzido a partir da revisão de autores e obras já publicadas sobre a temática, para gerar as bases teóricas sobre o assunto e estabelecer o marco teórico (STUMPF, 2006). Assim, esta pesquisa de campo foi desenvolvida em três etapas, a saber: 1. Revisão da literatura disponível, como livros, artigos e revistas científicas sobre os termos de referência deste estudo; 2. Análise documental, por meio da apropriação de leis, atos regulatórios contábeis. Nesta etapa, foi fundamental a análise do CPC 04/2012 (CPC, 2012) e do CPC 46/2012 (CPC, 2012); 3. Pesquisa de campo, com a realização de entrevistas por meio de roteiros semiestruturados com três artistas – pintores – e três comercializadores de pinturas (gestores de galerias de pintura). A técnica adotada foi análise de conteúdo em profundidade, baseada em Bardin (2011) em que os dados foram codificados da seguinte forma: Entrevistado Pintor – EP; Entrevistado Galerista – EG. Nos dois códigos foram acrescentados números por ordem cronológica.

Alvo	Item	Questão
Ambos	01	Quem estabelece os preços das obras?
Ambos	02	Quais os critérios para estabelecer os preços das obras?
Ambos	03	Os preços das obras são sensíveis às premiações?

Quadro 1: Perguntas do questionário semiestruturado

Fonte: elaborado pelos autores

As questões do Quadro 1 foram elaboradas para direcionar as entrevistas com os gestores de galerias de arte e também para os pintores na busca de dados para classificação em categorias o que permitiu a análise para o cumprimento do objetivo desta pesquisa.

#### 4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE RESULTADOS

Com esta pesquisa foi possível estabelecer o perfil dos entrevistados: Pintora, EP01, do gênero feminino, 42 anos de idade, e sua principal atividade remunerada é atriz convidada por uma rede de televisão brasileira. Também fabrica flores gigantes artesanais e pinta paredes e telas para eventos. Seu principal ateliê de pintura é na sua casa, em Porto Alegre/RS. Possui formação acadêmica em nível de graduação pela ESPM em Fotografia, exerce a pintura desde os dezesseis anos e comercializa suas obras há quatro anos. Pintor, EP02, do gênero masculino, com 71 anos de idade, e a principal fonte de renda é a aposentadoria como arquiteto pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS. Seu local de produção artística é na sua casa, em Porto Alegre/RS. É formado em arquitetura e pinta há, pelo menos, 10 anos. Pintora, EP03, do gênero feminino e idade de 60 anos. Professora de artes aposentada pela rede municipal de ensino de Porto Alegre/RS, sendo esta sua principal remuneração. Possui também um ateliê de pintura onde comercializa outras obras, faz produções próprias e orientações de processos pictóricos, sendo seu local de trabalho é em Porto Alegre. Pinta desde 1983, quando passou a expor e a comercializar suas obras. Além disso, é bacharel em Desenho e Plástica, pela Universidade de Passo Fundo e possui licenciatura pela mesma instituição em Artes,

com de Pós-Graduação em Museologia e Patrimônio Cultural, pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS.

Em todos os pintores da amostra se constata que a atividade de pintura é uma fonte remuneratória secundária.

Da mesma forma, através dos dados das entrevistas, foi possível descrever o perfil dos gestores de gelarias entrevistados: EG01 é do gênero feminino, com idade de 29 anos e formação acadêmica em arquitetura. EG02 preferiu não informar seu gênero e idade, informando tão somente que possui mestrado em Artes Visuais, pelo PPGA/UFRGS. É, também, pesquisadora CNPq em Processos Híbridos na Arte Contemporânea - IA/UFRGS. Por fim, EG03 é do gênero masculino, 43 anos de idade e formação em bacharelado em Artes Plásticas e mestrado em Poéticas Visuais, ambas pelo instituto de Artes da Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS.

Informações coletadas sobre as galerias com seus gestores nas entrevistas também compuseram um perfil para este trabalho, apresentados resumidamente:

Galeria 01 (EG01): além de pinturas comercializa esculturas na galeria e via *e-commerce* (próprio) que representa 20% do faturamento, oferta cursos que complementa a receita. Opera há 3 anos e não obteve qualquer premiação. Quanto a exposições e reputação coletou-se: “Não fazemos exposições além da galeria, entretanto recebemos muitos artistas para expor no nosso espaço, inclusive estrangeiros”.

Galeria 02 (EG02): Comercializa obras de artes, além de pinturas no local e também via *marketplaces* (sem detalhar a participação). Oferta cursos que são gratuitos e todo o espaço é reservado para expor as obras dos artistas. Quanto ao tempo operação reputação: existe há 8 anos, recebeu prêmios como (2016) cinco categorias no Prêmio Açorianos de Artes Plásticas do RS; em 2015, em Mídias Tecnológicas; em 2014, Espaço Institucional no Açorianos de Artes Plásticas do RS. Sobre exposições foi mencionado: “Expõe regularmente a produção de seus artistas em seu espaço de exposição e em espaços de parceiros no Brasil”.

Galeria 03 (EG03): além das pinturas, comercializa fotografias e produções artísticas variadas. A receita é totalmente proveniente de vendas e a opção de locação do espaço para exposições está sendo estudada. Sua forma de comercialização é através de páginas de redes sociais como Facebook e Instagram onde consta o catálogo *on-line*, e no próprio local da galeria. Opera há 15 anos e não recebeu qualquer premiação. As exposições são realizadas anualmente e as peças permanecem para comercialização.

A partir dos dados coletados nas entrevistas foi possível explicitar os critérios do mercado aplicado pelos artistas e gestores de galerias e sua correlação com os critérios contábeis, especificamente em relação ao valor justo, conforme a Tabela 1.

CATEGORIA	CRITÉRIO	AUTOR	PINTORES E GESTORES DE GALERIAS (ENTREVISTAS)	CPC (ANÁLISE DOCUMENTAL)
1 – Critérios subjetivos de valoração das pinturas pelos autores e comercializadores	<b>Sociocultural</b>  Social Cultural Colaboração Patrimonial Universalidade	Aceitação social pela estética (BOURDIEU, 2015); Valor simbólico para cada indivíduo ou grupo (BOURDIEU, 2018); Contato com outra cultura pela arte (MAFFESOLI, 2009); Arte atemporal; Interação social (FISCHER, 2015); Significados bastante distintos no tempo e lugar (GOMBRICH, 2013); Garantia do testemunho histórico (BENJAMIN, 2013).	Renda anual de comercialização de pinturas? EP03: “Muito baixa. Num ano posso vender absolutamente nada o que é comum.”	Não cita critérios para bens não seriados.
	<b>Sensibilidade</b>  Emoção Lembranças Estética Criatividade Intuição Pureza Originalidade	Instrumentos que externalizam o mundo interior (GARDNER, 1999); Criação despojada e sentimental (BACHELARD, 2007); Existem somente os artistas (GOMBRICH, 2013); Atividades humanas podem assumir valores estéticos; Formas comunicam um significado (BOAS, 2014); Expressão de todos os átomos (FISCHER, 2015).	Critérios para os preços: EP01: “Técnica utilizada”; EP02: “metro quadrado”; EP03: “material, tempo de trabalho e processo criativo.” EG01: “análise do trabalho e currículo”; EG02: “O valor está no artista... principalmente, participações em coleções...” EG03: “produção, considerando aspectos físicos (mão de obra) e criativos (inspiração)”	Não estabelece critérios subjetivos.
	<b>Capital Intelectual</b>  Conhecimento Formação Destreza Habilidades Reputação Reconhecimento Premiações Currículo	Criação de riquezas sempre foi por impulsos cerebrais; Nova forma de avaliação dos ativos (EDVINSSON; MALONE, 1998); Impossibilidade de atribuir valor ao conhecimento (GORZ, 2005); Produção criativa é valorada por toda a sociedade (DRUCKER, 1992); Indústria Criativa é formada por indivíduos de várias ciências (FLORIDA, 2011).	Os preços das obras são sensíveis às premiações? EG02: “Sim. Premiações recebidas pelo artista em importantes instituições ajudam a reforçar o valor do seu nome, e consequentemente valorar sua posição no sistema e mercado.”	Utilizar as premissas participantes do mercado (CPC46/12, 2020).

Tabela 1 (continua na próxima página): Correlação entre os critérios contábeis e aplicados no mercado

Fonte: Elaborado pelos autores

CATEGORIA	CRITÉRIO	AUTOR	PINTORES E GESTORES DE GALERIAS (ENTREVISTAS)	CPC (ANÁLISE DOCUMENTAL)
2 – Critérios contábeis quanto aos valores dos bens intangíveis para registro nos balanços das entidades nos regramentos legais	<b>Custo</b>  Material Tempo Mão de obra	Obra de arte não é mera mercadoria (BOURDIEU, 2018).	Qual o principal custo de produção? EP03: “O Custo é relativo porque as tintas são de longa durabilidade, o suporte (de algodão, viscose, plástico, papelão, Eucatex) ou a própria tela profissional não são de alto custo. O varia é a grande produção para montar uma exposição num custo aproximado de R\$ 8.000,00 e após nada de retorno.” Somente que possa ser mensurado com confiabilidade (CPC04/12, 2020);	Custo da pesquisa comporá o valor do intangível (conhecimento ou técnica) (CPC04/12, 2020).
	<b>Valor justo</b>  Mercado livre Mercado restrito Mercado específico	Complexidade do pensamento humano em elevar um quesito em detrimento de outro (HUBBARD, 2015); Venda de ativos similares em mercado aberto (HANLIN; CLAYWELL, 2013); Há subjetividade no julgamento do cliente (DE BRITO; BRITO, 2012).	Não citam.	Preço recebível pela venda de um ativo em uma transação não forçada num mercado livre (CPC04/12, 2020); Avaliação de mercado utiliza-se as premissas dos participantes (CPC46/12, 2020).
	<b>Valor de aquisição</b>  Valor da compra Gastos para obtenção	Recorrer a alternativas baseadas em custos de aquisição (CALDAS, 2017) Cada comprador e vendedor possui seus próprios motivos (HANLIN; CLAYWELL, 2013).	Não citam.	Intangível deve ser valorado pelo custo e reavaliado posteriormente (CPC04/12, 2020); Montante de caixa para aquisição (ou construção) ou valor justo (CPC04/12, 2020).

Tabela 1 (continuação da página anterior): Correlação entre os critérios contábeis e aplicados no mercado.

Fonte: Elaborado pelos autores.

CATEGORIA	CRITÉRIO	AUTOR	PINTORES E GESTORES DE GALERIAS (ENTREVISTAS)	CPC (ANÁLISE DOCUMENTAL)
3 – Dimensões para aprimoramento da valoração de bens intangíveis.	<b>Subjetividade</b>  Relevância –social ou cultural	Consagração social e o valor mercantil da obra (BOURDIEU, 2015); Obras de arte (bens intangíveis) são distintas de mercadorias – comércio do sagrado (BOURDIEU, 2018); Bens não seriado de testemunho histórico (BENJAMIN, 2013).	Já fez alguma exposição no exterior? Onde?  EP01: “Pinturas e fotografias em Portugal e Londres.”	“Por ser uma avaliação de mercado, utiliza-se as premissas dos participantes” (CPC46/12, 2020).
	<b>Capital estético</b>  Destreza – aplicação do Capital Intelectual	A Economia do Conhecimento é um termo associado ao Capital Intelectual (GORZ, 2005); Artistas são instrumentos maravilhosos que combinam ideias e materialização (GARDNER, 1999); Solidão metafísica despojada e sentimental (BACHELARD, 2007).	Quem estabelece os preços das obras?  EG02: “as obras são precificadas em função do nome do artista, do currículo, da trajetória, da atuação, da pesquisa...há um consenso entre o artista e a galerista.”	“Por ser uma avaliação de mercado, utiliza-se as premissas dos participantes” (CPC46/12, 2020).
	<b>Significado</b>  Reputação –premiações e currículo	A sociedade necessita de luxo e supérfluos para momentos de lazer para ter satisfação (MAFFESOLI, 2009); Bens únicos e valor inestimável (GOMBRICH, 2013); Gratuidade do valor do presente pessoal (BOURDIEU, 2018).	Os preços das obras são sensíveis às premiações?  EP03: Às vezes é (depende do prêmio).	“Por ser uma avaliação de mercado, utiliza-se as premissas dos participantes” (CPC46/12, 2020).

Tabela 1 (continuação da página anterior): Correlação entre os critérios contábeis e aplicados no mercado.

Fonte: Elaborado pelos autores.

A partir da Tabela 1, percebe-se que há distinção nos critérios estabelecidos pelos artistas e os critérios contábeis. Os artistas aplicam critérios que estão mais alinhados com os autores e em nenhum momento citam o mercado como critério para valoração. É possível afirmar que o critério de mercado proposto para o valor justo se distancia da realidade do mercado de pinturas.

Os artistas pintores que participaram desta pesquisa comprovam a percepção de Bourdieu (2018), pois a pintura não é a principal atividade remunerada dos entrevistados. Para esse grupo de participantes, aplicando o pensamento de Bourdieu (2018), a pintura é a forma de expressão. E pela teoria de Fischer (2015), a manifestação, por meio da pintura, busca o eu completo. Ainda que fosse pela proposi-

ção de Bachelard (2007) quanto ao momento incontrolável do instante da criação, restaria uma grande distância, pela busca do efeito econômico. Para Annunziata e Evans (2012), a dedicação e a produtividade podem ser compensadas com reconhecimento, reputação ou contribuição para um bem comum, corroborando com Fischer (2015), quando ressalta o desejo do artista de ser o eu (como indivíduo) completo.

Sobre a precificação das obras, a mesma pergunta foi apresentada aos entrevistados gestores de galerias e aos artistas pintores. As respostas possuem variedade de informações, pois, se olharmos pela ótica dos artistas pintores, afirmam que eles próprios estabelecem os preços de suas obras, portanto incluindo a sua subjetividade avaliativa. Já pela ótica dos gestores de galerias, as respostas dos entrevistados nos dão informação oposta, pois afirmam que o preço é estabelecido em conjunto com os artistas pintores; e que as obras são precificadas em função do nome do artista, do currículo, da trajetória, da atuação e da pesquisa, ainda que haja um consenso entre a galeria e os artistas pintores e por fim, uma resposta que categoricamente explicita que apenas ele decide sobre o valor das obras. Diante da situação de individualização da valoração de obras, não poderíamos relacionar pacificamente com os regramentos contábeis, pois surge o antagonismo entre duas categorias: subjetividade emocional (em relação à obra) e o critério imparcial (exigido contabilmente).

As obras de pinturas são ativos intangíveis, como estabelece o CPC 04/12 (CPC, 2012), estando, portanto, sujeitas à valoração pelo valor justo, o que está estabelecido no CPC 46/12 (CPC, 2012).

Em relação aos critérios para estabelecer a valoração, se obteve respostas variadas de pintores, em que EP01 menciona técnica utilizada, dimensões (tamanho) tempo de mão de obra, urgência da entrega e materiais. Já EP02 utiliza, geralmente, como critério de valoração, o metro quadrado (tamanho da tela). Por sua vez, EP03 cita material, tempo de trabalho e processo criativo. Percebe-se, neste caso, que o tempo e o tamanho são preponderantes, se consideramos o processo criativo também como técnica utilizada, que estaria elencada nos critérios frequentes. As respostas dos próprios artistas põem-se em confronto a Bourdieu (2018) que afirma que o preço de um quadro não pode ser o custo de produção, matéria-prima e tempo de trabalho do pintor. Já entre os gestores de galerias as respostas foram “o valor é definido junto com o artista, por meio de análise do trabalho e currículo”; também “o valor está no artista, e não no objeto”, ou seja, considera participações em coleções de artes importantes no Brasil e no exterior, número de exposições individuais, representação por galerias importantes no Brasil e no exterior, pesquisa artística, premiações e outros critérios e, por fim “os custos dos materiais e o tempo da produção, considerando os aspectos físicos (mão de obra) e criativos (inspiração)”. Isso é o que Gardner (1999) coloca o artista como o instrumento maravilhoso, aquele que, além da posse das ideias, também possui habilidade para expressar-se, assim como Gombrich (2013), quando afirma que existe apenas o artista e decorre dele a arte.

Assim, no cruzamento entre citação da técnica aplicada e os critérios dos materiais utilizados e, igualmente, o tempo de produção, temos os critérios de tamanho, currículo do artista e prazo de entrega. A partir dessa constatação, poderia-

mos, ainda, fazer uma classificação subsequente, utilizando os critérios contábeis, e teríamos:

- Técnica empregada como critério imaterial, pois a forma de aplicação dos materiais poderia ser criativa e inovadora, portanto, intangível;
- Tempo utilizado como critério material (pode ser medido), portanto, tangível;
- Tamanho da obra como critério material, portanto, tangível, sem considerar o tipo de material;
- Currículo do artista como critério imaterial, portanto, intangível.

Boas (2014) reforça a percepção individual, pois acrescenta a tradição e a cultura que pertencem ao indivíduo. Essas percepções subjetivas estão em conflito com a técnica contábil que reconhece a importância das características do ativo intangível na avaliação do bem, mas de forma impessoal pelos valores de mercado, como definido no CPC 46/12 (CPC, 2012, p.3), que estabelece: “O efeito sobre a mensuração resultante de uma característica específica pode diferir dependendo de como essa característica é levada em consideração pelos participantes do mercado”.

A valoração dos ativos produzidos na indústria criativa não se enquadra na teoria contábil definida atualmente. É possível afirmar que a discrepância de critérios produz efeitos, e a falta de mercado livre e constante de ofertas não satisfaz nem mesmo o critério contábil de valor justo. Um possível valor a ser atribuído pela possibilidade de receita futura é incerto, pela característica do ineditismo e originalidade dos bens.

Para a questão da sensibilidade dos valores às premiações as respostas dos pintores foram imprecisas, já que EP01 e EP02 não foram premiados, enquanto EP03 coloca que depende do prêmio, referindo-se à relevância da instituição promotora da premiação. Por sua vez, os gestores de galerias preponderantemente responderam que sim. EG01 respondeu que sim, e EG02 disse que as premiações de instituições importantes ajudam a reforçar o valor do nome do artista, então valorando a sua posição no sistema e no mercado.

Yanase (2018) afirma que uma menção sobre o autor ou sobre suas produções no mercado podem modificar o valor atribuído a um bem, o que ensejaria atualização no registro contábil original, conforme CPC 46/12 (CPC, 2012).

## 5 CONCLUSÕES

**E**ste estudo abordou o tema da valoração dos ativos intangíveis criados na indústria criativa, especificamente a pintura. Assim, o objetivo foi alcançado ao validar a aderência dos padrões contábeis internacionais aos critérios de valoração de pinturas aplicados por operadores do mercado local do estado do Rio Grande do Sul.

Uma limitação desta pesquisa foi quanto a amostra, onde alcançou pintores e gestores de galerias que possuem outras atividades como sua principal fonte de renda. A pintura é uma fonte de renda secundária. Quanto às galerias, estas têm perfil

comercial, estando em operação no período de entrevistas e sob gestão de gestores vinculados ao segmento das artes, conforme descrito no item 4 - Apresentação e análise de resultados.

O cruzamento e a análise dos dados coletados em todas as etapas da pesquisa trouxeram um conjunto de evidências que possibilitaram explicitar a distinção entre o preceito do valor justo e os critérios aplicados pelo mercado em peças únicas – não comparáveis. Também permitiu constatar que o conservadorismo da Ciência Contábil não permite considerar a subjetividade, restringindo os critérios de valoração apenas ao valor de justo/mercado. E então ficou evidenciada uma lacuna entre os critérios praticados e a possibilidade de sugestão de uma nova categoria: o capital estético.

Aos pesquisadores sobre esta temática estende-se o convite a enriquecer, inclusive a partir de uma amostra que apresente ao menos um artista cuja principal fonte de renda seja a pintura, permitindo outras análises e comparações.

## REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Ana Luísa de Castro. Uma reflexão sobre a tangibilidade da reputação. In ZANINI, Marco Tulio; MIGUELES, Carmen (Orgs.). *Gestão integrada de ativos intangíveis*. São Paulo: Saraiva, pp. 136-159, 2017.
- ANNUNZIATA, Marco; EVANS, Peter C. *Industrial Internet: Pushing the Boundaries of Minds and Machines*. GE Imagination at work. 2012. Disponível em: [http://www.ge.com/docs/chapters/Industrial\\_Internet.pdf](http://www.ge.com/docs/chapters/Industrial_Internet.pdf). Acesso em: 20 abr. 2020.
- ANTUNES, Maria Thereza Pompa; SILVA, Cavalcante Pires da; SAIKI, Tatiana Galo Evidenciação dos Ativos Intangíveis (Capital Intelectual) por empresas brasileiras à luz da Lei 11.638/07. In: XVI CONGRESSO BRASILEIRO DE CUSTOS, 16., 2009, Fortaleza - Ceará, Brasil, Anais [...]. Fortaleza, 03 a 05 de novembro de 2009.
- BACHELARD, Gaston. *A intuição do instante*. Campinas: Verus, 2007.
- BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. São Paulo: Edições 70, 2011.
- BENJAMIN, Walter. *A obra de arte na era da reprodutibilidade técnica*. Porto Alegre: L&PM, 2013.
- BOAS, Franz. *Arte primitiva*. Petrópolis: Ed. Vozes, 2014.
- BOURDIEU, Pierre. *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 2015.
- BOURDIEU, Pierre. *A produção da crença*. Porto Alegre: Zouk, 2018.
- BRASIL. Lei nº 11.638, de 28 de dezembro de 2007. Brasília: Palácio do Planalto, 2007. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/CCIVIL\\_03/LEIS/\\_Lei-principal.htm](http://www.planalto.gov.br/CCIVIL_03/LEIS/_Lei-principal.htm). Acesso em: 05 mai. 2020.
- BRASIL. Lei nº 11.941, 27 de maio de 2009. Brasília: Palácio do Planalto, 2009. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/CCIVIL\\_03/LEIS/\\_Lei-principal.htm](http://www.planalto.gov.br/CCIVIL_03/LEIS/_Lei-principal.htm). Acesso em: 05 mai. 2020.
- BRASIL. Resolução nº 560, de 28 de dezembro de 1983. Brasília: Conselho Federal de Contabilidade – CFC, 1983. Disponível em <https://cfc.org.br/legislacao/> Acesso em: 05 mai. 2020.
- BRASIL. Resolução nº 1.374, de 16 de dezembro de 2011. Brasília: Conselho Federal de Contabilidade – CFC, 2011. Legislação. Disponível em <https://cfc.org.br/legislacao/> Acesso em: 05 mai. 2020.
- CATTY, James P. *IFRS Guia de Aplicação do Valor Justo*. Porto Alegre: Bookman, 2013.
- CPC. CPC 04 (R1) – Ativo intangível. Brasília: Comitê de Pronunciamentos Contábeis, 2012a. Disponível em: <http://www.cpc.org.br/CPC>. Acesso em 05 mai. 2020.
- CPC. CPC 46 – Mensuração do valor justo. Brasília: Comitê de Pronunciamentos Contábeis, 2012b. Pronunciamentos. Disponível em: <http://www.cpc.org.br/CPC>. Acesso em 05 mai. 2020.
- DANTAS, Inácio. *Depreciação, Amortização e Exaustão do Ativo Imobilizado/Intangível: Contabilidade societária & fiscal*. Rio de Janeiro: Freitas Bastos, 2016.
- DE BRITO, Renata Peregrino; BRITO, Luiz Artur Ledur. Vantagem competitiva e sua relação com o desempenho: uma abordagem baseada em valor. *RAC – Revista de Administração Contemporânea*, v. 16, n. 3, 2012, pp. 360-380. Disponível em: <https://rac.anpad.org.br/index.php/rac/article/view/937>. Acesso em: 13 abr. 2020.
- DRUCKER, Peter. *Administrando para o futuro*. São Paulo: Enio Matheus Guazelli, 1992.
- EDVINSSON, Leif; MALONE, Michael S. *Capital intelectual*. São Paulo: Makron Books, 1998.
- FISCHER, Ernst. *A necessidade da arte*. Rio de Janeiro: LTC, 2015.
- FLORIDA, Richard. *A ascensão da classe criativa*. Porto Alegre: L&PM Editores, 2011.
- GARDNER, Howard. *O verdadeiro, o belo e o bom*. Rio de Janeiro: Objetiva, 1999.
- GIL, Antônio Carlos. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. São Paulo: Atlas, 2008.
- GOMBRICH, Ernst Hans. *A História da Arte*. Rio de Janeiro: LTC, 2013.

GORZ, André. O Imaterial. São Paulo: Annablume, 2005.

HANLIN JR., William; CLAYWELL, Richard. A abordagem de Mercado. CATTY, James (Org.). IFRS Guia de Aplicação do Valor Justo. Porto Alegre: Bookman, 2013.

HÉNAULT, Anne. História concisa da semiótica. São Paulo: Parábola Editorial, 2009.

HENDRIKSEN, Eldon; BREDÁ, Michael Van. Teoria da Contabilidade. São Paulo: Atlas, 2015.

HUBBARD, Douglas W. Como mensurar qualquer coisa: encontrando o valor do que é intangível nos negócios. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2015.

KING, Alfred. Conceitos de valor justo. CATTY, James (Org.). IFRS Guia de Aplicação do Valor Justo. Porto Alegre: Bookman, 2013, pp. 11-27.

MAFFESOLI, Michel. O Mistério da Conjunção. Porto Alegre: Sulina, 2009.

PASTORE, José. O Papel da Cultura na Economia do Brasil. In: FÓRUM SOBRE INVESTIMENTO SOCIAL PRIVADO EM CULTURA. Palestra [...]. Gramado: FIERGS, 2008.

PIMENTEL, Luiz Otávio. Direito industrial: as funções do direito de patentes. São Paulo: Síntese, 1999.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. Metodologia do trabalho científico [recurso eletrônico]: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

REIS, Ana Carla Fonseca. Cidades Criativas: da teoria à prática. São Paulo: SESI-SP, 2012.

RIBEIRO, Osni Moura; COELHO, Juliana Moura Ribeiro. Princípios de Contabilidade Comentados. São Paulo: Saraiva, 2014.

SANTAELLA, Lucia. A teoria geral dos signos: como as linguagens significam as coisas. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

SILVA, Mariana Estellita Lins. A documentação museológica e os novos paradigmas da arte contemporânea. Revista Museologia & Interdisciplinaridade. V. 3, n. 5, pp. 185-192, mai./jun. 2014.

STUMPF, Ida Regina C. Pesquisa bibliográfica. BARROS, Antônio; DUARTE, Jorge (Orgs.). Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. São Paulo: Atlas, 2006, pp. 51-61.

VASCONCELOS, Tiago; FORTE, Denis; BASSO, Leonardo F.C. O impacto de intangíveis de empresas alemãs, inglesas e portuguesas: de 1999 a 2016. Revista de Administração Mackenzie, v. 20, n. 4, 2019.

YANASE, João. Custos e Formação de Preços: importante ferramenta para tomada de decisões. São Paulo: Trevisan, 2018.

ZANELLA, Liane Carly Hermes. Metodologia de estudo e de pesquisa em administração. Florianópolis: Departamento de Ciências da Administração / UFSC; CAPES: UAB, 2009.

ZANINI, Marco Tulio. Liderança para a construção da confiança como ativo intangível. In ZANINI, Marco Tulio; MIGUELES, Carmen (Orgs.). Gestão integrada de ativos intangíveis. São Paulo: Saraiva, pp. 54-80, 2017.