

**Escassez digital: Algumas considerações sobre cultura do drop e o hype social e econômico dos NFTs no mercado de arte digital.**

*Digital scarcity: Some considerations about drop culture and the social and economic hype of NFTs in the digital art market.*

Prof.Dr. Marcilon Almeida de Melo<sup>1</sup>

**Resumo**

A cultura do drop, caracterizada principalmente pelo lançamento de edições limitadas (escassez artificial) de algum produto durante um prazo determinado, vem transformando o mercado de arte digital com artistas que utilizam das mesmas táticas de marketing para atrair atenção do público e de potenciais compradores. As criptomoedas e a implementação dos Tokens Não-Fungíveis (NFTs), possibilitaram uma alternativa de comercialização de obras de arte fora do tradicional mercado de arte. Entre 2020 e 2021 o mercado NFTs passou por uma explosão de interesse e faturamento; estimulando práticas a especulação financeira do mercado de arte digital e a disseminação de trabalhos de qualidade duvidosa. Atualmente vivemos uma desaceleração do interesse dos NFTs e uma redução na atividade econômica do mercado de criptomoedas. Esse artigo procura iluminar o fenômeno NFTs a partir do fenômeno da escassez artificial e das estratégias de marketing ligadas a cultura do drop no mercado de arte digital.

**Palavras-chave:** arte, escassez digital, NFT, cultura do drop.

**Abstract**

*The culture of launching some public within a certain period (mainly by the launch of artificial limited), has been transforming the product or digital market with artists who use tactics during marketing and potential promoters to use. Cryptocurrencies and the implementation of Non-Fungible Tokens (NFTs) have allowed an alternative for the commercialization of works of art outside the traditional art market. Between 2020 and 2021 the NFTs market experienced an explosion of interest and revenue, stimulating practices of financial speculation in the digital art market and dissemination of works of dubious quality. Currently, a transaction in the interest of the NFT and an economic economy of the cryptocurrency market This article looks for the NFT phenomenon from the phenomenon of artificial art and marketing strategies communicated in the drop culture in the digital market.*

**Keywords:** art, digital scarcity, NFT, drop culture.

---

<sup>1</sup> Marcilon Almeida de Melo (Marck Al) é designer, doutor em arte e tecnologia pela UnB, mestre em cultura visual pela FAV/UFG e professor adjunto da Faculdade de Informação e Comunicação (FIC/UFG). [marcilon@ufg.br](mailto:marcilon@ufg.br)

# ēn tro pia

SIIMI/2022

IX Simposio Internacional de Innovación en Medios Interactivos

#21.ART

21. Encuentro Internacional de Arte y Tecnología

9th Balance-Unbalance

art + science x technology = environment / responsibility

## Introdução

A obra de arte é um artefato *sui generis* do intelecto humano pelo fato de ser um poderoso testemunho histórico das investigações estéticas e das condições sociais, técnicas e econômicas de seu tempo. A dimensão econômica na qual o trabalho artístico se insere desempenha um importante papel na maneira como os objetos de arte são percebidos pela sociedade e como esta lhes atribui valor. Se no passado o mecenato fora fundamental para financiar o desenvolvimento de grande parte da arte ocidental, o surgimento de um *mercado cultural* permitiu que o financiamento dos trabalhos artísticos se tornasse mais complexo e cheio de nuances. Sem aprofundar no juízo de valor estético, atualmente, especialmente em obras de arte digitais, o sucesso da mercantilização dos objetos de arte pode ser correlacionado com o desenvolvimento dos produtos financeiros, das técnicas de publicidade e marketing, e das tecnologias de produção e distribuição de commodities e bens de consumo.

A invenção de tecnologias como redes *blockchain* e das *criptomoedas*, possibilitou novas maneiras de se produzir e comercializar arte sem precedentes históricos. O mercado de arte não é um exemplo de transparência dos seus processos de valoração. As novas tecnologias introduzem um elemento radical de transparência com potencial de transformar todo o mercado. Isso acontece pelo fato do blockchain ser um tipo de banco de dados distribuído em rede capaz de registrar, de maneira permanente e imutável, todas as operações executadas em sua rede. A certificação da autenticidade dos dados contidos na blockchain é garantida a partir de complexos problemas criptográficos gerados regularmente e precisam ser “resolvidos” pelos computadores, usa-se o termo *mineradores*, que constituem a rede blockchain. Uma vez que o problema é resolvido, cada minerador é proporcionalmente recompensado com criptomoedas, sendo a mais conhecida delas o *bitcoin*. Criptomoedas são recursos digitais escassos.

Em teoria econômica o conceito de escassez, condição na qual a quantidade de recursos disponíveis é insuficiente para suprir as necessidades das pessoas (Wessels, 2010), é fundamental para se compreender a razão entre procura e demanda de uma sociedade. Quanto mais escasso e procurado for um recurso, a tendência é que ele se torne mais inacessível e, por consequência, mais caro. No entanto, nem sempre a escassez pode ser determinada pela disponibilidade de um recurso. Algumas

vezes a escassez é criada artificialmente visando aumentar a percepção de valor a partir de sua disponibilidade limitada.

O *drop*, prática de marketing elaborada a partir da manipulação da percepção de escassez, visa criar uma percepção de valor ao redor da expectativa de urgência sobre um produto de consumo. Para isso, são utilizadas estratégias comerciais que enaltecem a indisponibilidade do produto, tais como edições limitadas, séries exclusivas, raridade, entre outras. Se bem-sucedida, essa prática faz com que o custo de aquisição seja acima da média de mercado e, caso o interesse pelo produto continue alto, os proprietários desses objetos muitas vezes os revendem com uma grande margem de lucro no mercado secundário. A prática do *drop* no mercado de moda fez surgir uma *cultura do drop*, que pode ser explicada pelo desejo de aquisição de itens raros, sistematizado em uma série de ações e procedimentos que vão desde a manutenção de catálogos com o registro dos itens colecionáveis, seu valor de mercado, organização de filas nas lojas físicas durante período de lançamentos limitados, ou até mesmo tentativas de se subverter o processo de compra com a elaboração de *bots* capazes de burlar o sistema de comércio eletrônico de muitas lojas nas assim chamadas “filas de espera virtual” para aquisição de produtos.<sup>2</sup>

Por definição, obras de arte digitais não estão sujeitas a lógica econômica da escassez. Por serem baseadas em código computacional, podem ser copiadas quase infinitamente sem perder nenhuma informação a um custo próximo de zero. No entanto, e em grande parte inspirados pela cultura do *drop*, a escassez artificial vem sendo utilizada estrategicamente por artistas que comercializam suas obras em blockchain. Um dos motivos que explicam a aceleração desse fenômeno, foi a implementação de um novo protocolo de contratos inteligentes na blockchain *Ethereum*, permitindo que qualquer recurso, digital ou não, fosse registrado na blockchain. Esse recurso ficou conhecido como *Tokens Não-Fungíveis*<sup>3</sup>, ou simplesmente NFTs, acrônimo do inglês *Non-Fungible Tokens*. Os NFTs transformaram

<sup>2</sup> <https://queue-it.com/blog/drop-culture/>

<sup>3</sup> Em economia, fungibilidade se refere a propriedade de algo ser trocado sem perder seu valor. Por exemplo: uma nota de 10 reais é fungível pelo fato de poder ser trocado por duas notas 5 reais e continuar com sua propriedade fundamental preservada (continuar valendo 10 reais). Por outro lado, podemos trocar uma figurinha colecionável por um sorvete, mas, nesse caso, são recursos Não-Fungíveis, uma vez que, apesar da troca ter sido efetuada, o valor de cada objeto depende da percepção de valor lhes-atribuídas.

radicalmente ao mercado da arte ao viabilizar um mercado sustentável fora do circuito econômico tradicionalmente associado ao mercado de arte. (Merchant, galerias, leilões, etc.)

Esse artigo detalha práticas de marketing que estimulam o consumo baseado na percepção de escassez estão sendo utilizadas no mercado de arte digital. Reflete também sobre as transformações econômicas decorridas da popularização das criptomoedas, especialmente aquelas relacionadas as práticas especulativas do mercado financeiro ao redor de obras de arte comercializadas como NFTs. Além disso faz uma crítica sobre a qualidade artísticas de muitas dessas obras que, sob o pretexto de estarem “revolucionando a arte”, mas que muitas vezes se assemelham a esquemas milagrosos de especulação financeira que prometem alto retorno e um curto espaço de tempo.

Na primeira parte detalhamos a cultura do drop, explicando como funciona os mecanismos de operação da criação de desejo de consumo baseado na hiper-publicização e na lógica do colecionismo visando valorização e revenda futura. Na segunda parte discutimos como a noção de autenticidade, especialmente a capacidade de se validar a autoria a partir dos dados registrados nas blockchains, que possibilita que a arte digital seja considerada uma categoria de *asset* financeiro. Para isso, resgatamos algumas noções fundamentais das propriedades dos objetos digitais; conceituamos e descrevemos o que são NTFs e o funcionamento das principais blockchains utilizadas no mercado de arte, além de relacionar a cultura do drop com as estratégias de venda de NFTs de arte.

Na conclusão evidenciamos que ao mesmo tempo que as novas tecnologias de computação distribuída oferecem uma opção viável para o financiamento da prática artística, sua popularidade e o uso de estratégias de marketing questionáveis podem terminar por destituir grande parte do valor imanente do fazer artístico e reduzir a arte apenas a um *asset* de especulação financeira.

### **Escassez e a cultura do drop**

O drop pode ser definido como um conjunto de estratégias de marketing, publicidade e relações públicas elaboradas para gerar um sentimento de escassez e urgência ao redor de lançamentos de produtos de consumo voltado para nichos específicos — normalmente produzidos em quantidades

limitadas. As origens dessa prática podem ser encontradas no mercado de moda de rua, sendo a marca japonesa GDEH (Good Enough) a precursora desse modelo de negócio. O drop, além de ser uma estratégia que atrai interesse, hype e lealdade para marcas de consumo, talvez seja uma das poucas estratégias de marketing com uma cultura própria.

A cultura do drop pode ser caracterizada por um modo de pensamento e comportamento de uma comunidade de consumidores ao redor de marcas e de seus lançamentos limitados. De acordo o site Queue-It, especializado em soluções de filas virtuais para lançamento de produtos, a cultura do drop pode ser definida com sendo:

...o pensamento, o comportamento e a comunidade de clientes e marcas que adotam o drop de produtos. Você pode ver a cultura do drop em ação toda vez que uma marca *hypada* lança um item de edição limitada. Esses produtos são discutidos nas mídias sociais e fóruns, vistos em rappers e influenciadores, e lançados com grande fanfarra e filas – tanto online quanto offline. (QUEUE-IT, 2022, Nossa Tradução)

O drop se diferencia de lançamentos tradicionais pelo fato de sempre ser associado a percepção de escassez e urgência. Ela ajudar a criar no consumidor a sensação de que ele precisa adquirir determinado produto antes que se esgote. Um típico lançamento de produto através de drop acontece nas seguintes fases: 1. Pré-lançamento: normalmente existe uma fase de excitação e publicização do que vai ser lançado. No mercado da moda, o produto pode ser usado por celebridades com muitos seguidores em redes sociais para criar uma sensação de exclusividade e hype; 2. Utiliza-se fenômenos de comportamento como o FOMO, *Fear of Missing Out*, ou seja, o “medo de se ficar de fora”, para estimular a urgência; 3. Podem ser utilizadas diversas estratégias para capitalizar antes da venda: filas físicas e virtuais, pré-reserva, vendas VIP...; 4. Depois do lançamento, as marcas monitoram as redes sociais para acompanhar a cena da cultura do drop e retroalimentar o mercado com novas informações.

Observado por alguém de fora, esse comportamento talvez pareça irracional e contraintuitivo. Afinal, qual o motivo de se pagar até dez vezes mais por um modelo de tênis da mesma marca que você compra na loja da esquina? Para responder essa questão devemos primeiro buscar compreender o motivo pelo qual valorizamos mais determinados objetos em detrimento de outros similares.

A teoria das commodities de Brock (apud LYNN, 1991), nos oferece alguns elementos teóricos para melhor compreender esse fenômeno. Para Brock, a teoria das commodities lida com os efeitos psicológicos da escassez no aumento de nossa percepção de valor e desejo por qualquer coisa que possa ser adquirida e possuída. Algumas definições são necessárias para validação dessa definição: Primeiro: commodities são coisas que preenchem três critérios: precisam ser úteis em alguma medida para alguém. Segundo: commodities podem ser transferidas entre pessoas. Algo que não pode ser dado ou retirado de alguém, não se enquadra da definição de commodities proposta por Brock. Terceiro e último, devem de passíveis de serem possuídas por alguém. Coisas que estão além do alcance de serem possuídas não podem ser commodities. Já “valor” refere-se à potência que algo tem de afetar atitudes e comportamentos. Considerando a utilidade das commodities, qualquer incremento positivo no valor (ou potência), tende a aumentar seu valor percebido, fazendo com ela seja mais desejada e procurada.

Em outras palavras, a noção de utilidade de Brock, que está relacionada ao uso potencial de algo que possa ser adquirido, contribui para explicar parte do motivo pelo qual muitos de nós atribuímos e valorizamos diferentemente objetos parecidos. Podemos dizer que um tênis da marca “X” vale mais que um da marca “Z”, pelo fato do primeiro modelo ser mais raro e existirem pessoas dispostas a pagar um valor acima do mercado por ele. A noção de valor é uma percepção compartilhada. Esse mesmo modelo de operação mental pode ser utilizado para explicar o funcionamento das moedas fiduciárias e das criptomoedas.

Afinal, como a cultura do drop afeta o mercado de arte. A obra de arte não é escassa por definição? Como a arte digital cria escassez artificial? Essas não são perguntas simples de serem respondidas. Para começar a responder essas questões, devemos compreender mais sobre a relação entre arte e blockchain.

### **Arte digital, Blockchain e NFTs**

A escassez de uma obra de arte física é evidente. Mesmo que tenhamos acesso a mesma matéria prima e dispusemos de habilidade artística equivalente, podemos ser enfáticos ao afirmar que é

virtualmente impossível reproduzir uma cópia exata de uma pintura. Obras de arte físicas são um recurso escasso. Aliás, a maioria dos colecionadores de arte normalmente compram e seguram, *buy and hold*, como forma de tornar o acesso escasso e valorizar seu preço de mercado (Barabási, 2021).

Na lógica digital, a noção econômica de escassez não é mais definida pela disponibilidade de algum recurso material, mas sim por um controle artificial sobre o controle de acesso as informações digitais — um tipo de escassez digital. O computador é uma máquina capaz de realizar cópias infinitas das informações estão armazenadas em sua memória. Essa é uma característica *potencial*, ou seja, não é realizada de maneira automática sem um agenciamento externo. Apesar de ser tecnicamente muito simples realizar cópias de informações digitais, a mera operação pressupõe a existência de algum tipo de autoria, quer seja programação, editoração, automação etc. Similarmente, assim como nas gravuras artísticas, toda arte digital tem uma espécie de original transitório como gênese de eventuais novas cópias.

A arte digital é resultado da relação história entre arte e ciência. A arte sempre se ocupou de testar as fronteiras do conhecimento filosóficos e técnicos, testando e propondo novas linguagem, associações e interpretações sobre a complexidade estética da vida. Independente do tipo de tecnologia, cedo ou tarde ela será apropriada de alguma forma pela prática artística. A tecnologia blockchain, por exemplo. Inventada em um momento de grande turbulência econômica, política e social, teve como objetivo inicial criar um sistema descentralizado para contornar o controle estatal da emissão de moedas e validação de transações. Não demorou muito e logo essa tecnologia foi adotada por artistas interessados nessa nova tecnologia. Aqui cabe uma pergunta fundamental: O que motivou e porque o blockchain foi inventado?

O mercado financeiro mundial foi seriamente abalado após o *crash* do mercado de hipotecas dos Estados Unidos em 2008. Os eventos catastróficos de *Wall Street* propagaram como ondas de choque pelo sistema financeiro global, arrasando com economias nacionais e mergulhando o mundo numa gigantesca recessão. Foi nesse rescaldo que um antigo sonho da cultura *ciberpunk*, dinheiro digital sem controle estatal, finalmente conseguiu adquirir massa crítica e se descolar das utopias anarcocapitalistas de sua origem. Em 31 de outubro de 2008, o usuário de um fórum on-line dedicado

a criptografia<sup>4</sup> sob o codinome Satoshi Nakamoto, publicou o paper "*Bitcoin: A Peer-to-Peer Electronic Cash System*", no qual detalhava a implementação de um software capaz de realizar o registro de informações distribuídos sem a necessidade de validação de um terceiro. Ele nomeou esse sistema de Blockchain.

Uma blockchain funciona como uma espécie de livro caixa que registra de maneira permanente todo o histórico de operações realizados em sua rede sem a supervisão de um ente regulador (um banco central, por exemplo). Como incentivo para que os usuários emprestem poder computacional para manter a rede operando, o sistema produz blocos, problemas criptográficos que precisam ser solucionados pelos computadores da rede, que, ao final da solução, recompensa proporcionalmente o esforço computacional de cada participante com criptomoedas bitcoins.<sup>5</sup> A quantidade de bitcoins representa a energia utilizada para se decifrar o problema computacional. É nessa relação simbólica, energia x criptomoedas, que reside a escassez do recurso e conseqüente seu valor monetário. Ter mais bitcoins significa dizer que foi preciso muita força computacional para que aquela informação pudesse existir — bitcoin é uma espécie de *ouro digital*.

A partir da elegante solução proposta por Nakamoto, diversas outras blockchains foram criadas para atender a demandas específicas. Cada blockchain implementa uma solução diferente para um problema específico. Apesar da blockchain da bitcoin ser mais antiga e conhecida, projetos como Ethereum se mostraram mais flexíveis para implementação de novas camadas de serviço, tais como os contratos inteligentes — programas armazenados em uma blockchain que são executados quando determinadas pré-condições são aceitas (IBM, 2022). São essas camadas de serviços que viabilizam a existência dos NFTs.

NFTs são tokens, objetos de representação simbólica, utilizados para representar a propriedade de itens únicos. Eles permitem que obras de arte, itens colecionáveis entre outras coisas sejam

---

<sup>4</sup> metzdowd.com

<sup>5</sup> A quantidade de bitcoins foi definida no design original em 21 milhões de unidades. A quantidade de moedas produzidas ao final de cada resolução de bloco é reduzida pela metade a cada 240 mil unidades. Estima-se que a rede deixará de produzir moedas ao redor do ano 2140.

“toquenizados”. Essas propriedades se mostraram úteis para artistas digitais, por permitirem conectar o trabalho artístico a um registro imutável e permanente na blockchain diretamente com a carteira do seu proprietário. NFTs permitiram que artistas validassem seus trabalhos como únicos, eternos e com valor de se colecionar. A inovação desse mercado fez o mercado de arte digital movimentar cerca de 2.5 bilhões de dólares nos primeiros dois quadrimestres de 2021 (Vasan, Janosov, Barabási, 2022).

Apesar de recente, o mercado de NFTs de arte já produziu alguns eventos marcantes. O marco mais famoso sem dúvida é o leilão da obra “EVERYDAYS: THE FIRST 5000 DAYS”<sup>6</sup> do artista Mike Winkelmann, conhecido como Beeple, que foi arrematado por mais de 69 milhões de dólares. Um marco para o NFT e para arte digital como um todo. Também tivemos os Criptopunks<sup>7</sup> e a obra “Fragmentos de um campo infinito”<sup>8</sup> da artista brasileira Mônica Rizzolli, vendida no mercado secundário por 1.623 ethers — criptomoeda da rede Ethereum — cerca de 28,4 milhões de reais na cotação da época.

Talvez alguém se pergunte o motivo pelo qual essas obras adquiriram tamanho interesse e valor de mercado. Do ponto de vista estético e técnico, essas obras não apresentam nada de excepcionalmente diferente. O trabalho do Beeple é uma colagem de imagens 3D produzidas entre 2007 até 2021; os Criptopunks são imagens em pixel-art que lembram antigos jogos de Atari; a belíssima obra de Mônica Rizzolli, foi feita com Processing, software de código aberto muito utilizado na comunidade de arte digital. Parte da resposta reside justamente na capacidade de ser certificar a autoria e propriedade de um trabalho digital. Mesmo que alguém possa salvar uma cópia do trabalho em seu computador, nunca poderá alegar ser seu proprietário, pelo fato dessa informação estar registrada na blockchain. Outra parte da resposta, reside justamente em técnicas de publicidade e marketing que estimulam o interesse na “raridade” dos NFTs. É nesse ponto que a cultura do drop se conecta com o mundo dos NFTs.

<sup>6</sup> <https://www.christies.com/features/Monumental-collage-by-Beeple-is-first-purely-digital-artwork-NFT-to-come-to-auction-11510-7.aspx>

<sup>7</sup> <https://www.larvalabs.com/cryptopunks>

<sup>8</sup> <https://investidor.estadao.com.br/comportamento/artista-brasileira-nfts-arrecada-28-milhoes>

Vejamos o caso Beeple. Antes do leilão de sua principal obra, o artista utilizou diversas estratégias da cultura do drop para atrair atenção para a comercialização de suas criações. Vale lembrar que mesmo antes da invenção do NFT, o artista já era uma personalidade conhecida no mundo do design digital, com uma quantidade considerável de seguidores em suas redes sociais. Com o lançamento do website de compra e venda de NFTs, Nifty Gateway<sup>9</sup>, em março de 2020, o artista percebeu a possibilidade de comercializar suas criações no novo formato. Para isso, ao invés de simplesmente disponibilizar suas obras listadas no site, ele criou uma estratégia de drop inspirada no mercado de moda.

No dia 9 de dezembro de 2020, ele publicou um tweet<sup>10</sup> informando o dia e hora de sua “Beeple Collection”, naquele momento seus NFTs vinham acompanhados de uma cópia física, contendo além da obra, um fio de cabelo do artista para autenticar cada obra. Entre a publicação do artista e a venda no site, uma série de figurões e pessoas conhecidas no mundo das criptomoedas compartilharam a mensagem original, aumentando seu hype e criando curiosidade e interesse através de suas redes.

Para o drop, algumas de suas obras foram disponibilizadas para aquisição em três modalidades: edições com 100 cópias por 1 dólar; 3 edições abertas com custo de aquisição diferenciado disponíveis por 5 minutos; 21 edições únicas na modalidade leilão. Os NFTs de 1 dólar foram adquiridos nos primeiros segundos assim que as vendas iniciaram — no mesmo dia algumas foram vendidas no mercado secundário por quase 7 mil dólares. Ao final dos dois dias de drop, as vendas primárias somaram mais de 3.5 milhões de dólares e mais de 400 mil dólares no mercado secundário. Curiosamente, o comprador com mais aquisições, conhecido pelo apelido de Metakovan, mais tarde arremataria o conjunto da obra do Beeple por 69 milhões de dólares, no que até hoje é a obra artística mais cara vendida por um artista vivo. Apesar de não ter sido o primeiro artista a utilizar a lógica do drop, a maneira como Beeple conduziu o processo serviu de modelo para que diversos outros projetos artísticos, muitos de qualidade questionável, tentassem emular a estratégia de venda na esperança de conseguir resultado similar.

<sup>9</sup> <https://www.niftygateway.com/>

<sup>10</sup> <https://twitter.com/beeple/status/1336687117955698696>

O “Bored Ape Yatch Club” (BAYC), consiste numa série de mais de 10 mil NFTs de figuras de símios, elaborados, de acordo com seus criadores (Yuga Labs), através de um algoritmo procedural capaz de produzir imagens diferentes e únicas. Esse projeto utiliza a escassez como traço de distinção social. Segundo seus criadores, os proprietários de um BAYC, podem ter acesso a eventos exclusivos e acessarem um espaço virtual apenas para membros. A noção de exclusividade desses NFTs, acabou atraindo a atenção de celebridades como Neymar, Justin Bieber, Snoop Dogg, Paris Hilton, Madonna, entre outros. Com sua hiper-publicização e reverberação nas redes sociais, as figurinhas dos simpáticos macacos se tornaram um grande negócio, com unidades sendo vendidas por dezenas de milhões de dólares.

## Conclusão

Não existe dúvida que arte desempenha um importante papel social, cultural e histórico na sociedade. No entanto, a evolução do ecossistema que constituem o que chamamos de mercado da arte, ou seja, a interação entre artistas, instituições (galerias e museus), colecionadores, curadores e críticos carecem de transparência sobre seus mecanismos. Em grande medida, o sucesso artístico ainda é controlado por *gate-keepers* e redes informais que compartilham informações muitas vezes disponíveis apenas com acesso privilegiado (Vasan et al, 2022). Tecnologias como o NFT oferecem pela primeira vez na história, transparência completa para toda rede de interações ao redor de uma obra de arte sem a necessidade de um mediador.

O mercado de NFTs de arte passou por um processo meteórico de interesse entre 2020 e 2021, arrefecendo bastante em 2022 pela queda generalizada do mercado de criptomoedas. Durante esse curto espaço de tempo, uma diversidade de eventos estabeleceu algumas bases para melhor compreendermos o fenômeno e algumas de suas consequências no mercado de arte. A primeira delas não é novidade no mundo da arte: sucesso comercial não é sinônimo de qualidade artística. Muitos projetos são caracterizados principalmente pelo aspecto derivativo sem grande valor artístico, evidenciando o interesse quase exclusivo na comercialização em grandes volumes. A segunda é que o blockchain oferece de fato uma alternativa ao mercado tradicional de arte. Artistas finalmente podem ter controle absoluto sobre toda a cadeia de valor relacionado ao seu trabalho. A terceira e última

consequência que gostaria de ressaltar é a de que ao se pesquisar sobre a cultura dos NFTs, deveríamos sempre correlacionar com o fenômeno das redes sociais e da cultura do drop, pelo fato de que historicamente o sucesso artístico comercial está relacionado com a forma que o trabalho é comunicado e promovido.

Se tecnologias como o blockchain possibilitam o controle sobre quase todos os aspectos da obra para o artista, de igual forma a promoção, divulgação e venda também fica sob seu controle. Artistas como Beeble, provaram que estratégias de drop, não só funcionam, como fizeram que aumentassem o interesse por sua obra, ao ponto de ser capaz de furar a bolha da comunidade da arte digital e inserir o tema no debate público geral.

A arte certificada, distribuída e comercializada através de NFTs transcende a lógica tradicional do mercado de arte. Por ser associada as inovações tecnológicas disruptivas, o mercado financeiro e investidores de diversos segmentos consideram o NFT não como uma tecnologia pronta para uso geral, mas sim como um investimento de risco em um *asset* com possibilidade de retornos estratosféricos no longo prazo. Apesar desse componente especulativo não ser exclusividade das artes em NFT, o mercado tradicional de investimentos considera o investimento em arte uma ótima estratégia de diversificação de fortunas (Torcello, 2011), no frenético mercado dos criptoativos o elemento especulação parece ter ganho novos contornos e escala.

Não existe dúvidas blockchain apresenta novas e excitantes oportunidades para os artistas e para o mercado de arte. Resta saber em que medida essas transformações modificam essência do objeto artístico em função de seu desempenho de mercado ou de seu potencial de valorização futura.

## Referências

- Barabasi, A.-L. (2021, maio 7). Opinion | The Art Market Often Works in Secret. Here's a Look Inside. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2021/05/07/opinion/nft-art-market.html>
- IBM. ([s.d.]). *What are smart contracts on blockchain?* | IBM. Recuperado 30 de setembro de 2022, de <https://www.ibm.com/topics/smart-contracts>
- Lynn, M. (1991). *Scarcity Effects on Value: A Quantitative Review of the Commodity Theory Literature*. <https://ecommons.cornell.edu/handle/1813/71543>
- Queue-it. ([s.d.]). *Drop Culture: The Exciting History & Future of Product Drops*. Queue-It. Recuperado 30 de setembro de 2022, de <https://queue-it.com/blog/drop-culture/>
- Torcello, A. (2011). *Art investment—Considered as an asset class*. Deloitte Luxembourg. <https://www2.deloitte.com/lu/en/pages/art-finance/articles/art-as-investment.html>
- Vasan, K., Janosov, M., & Barabási, A.-L. (2022). Quantifying NFT-driven networks in crypto art. *Scientific Reports*, 12(1), 2769. <https://doi.org/10.1038/s41598-022-05146-6>
- Wessels, W. ([s.d.]). *ECONOMIA - 3ª ED.(2010)—Walter J. Wessels—Livro*. Recuperado 22 de setembro de 2022, de <https://www.travessa.com.br/economia-3-ed-2010/artigo/2d50f35c-21fa-4501-9f30-9722f56fcd77>