



“Sem Título”: Alessandra Franca, 2019

**UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS JURÍDICAS**

ÍLINA CORDEIRO DE MACEDO PONTES

***COMPLIANCE* E MERCADO DA ARTE:
UMA ANÁLISE DO SISTEMA DE REGULAÇÃO MULTIFACETADO EM
TRANSAÇÕES DE OBRAS ARTÍSTICAS**

**JOÃO PESSOA
2019**

ÍLINA CORDEIRO DE MACEDO PONTES

**COMPLIANCE E MERCADO DA ARTE:
UMA ANÁLISE DO SISTEMA DE REGULAÇÃO MULTIFACETADO EM
TRANSAÇÕES DE OBRAS ARTÍSTICAS**

Trabalho de Dissertação apresentado à banca de defesa final como requisito para obtenção do grau de Mestre em Direito pelo Programa de Pós-Graduação do Centro de Ciências Jurídicas da UFPB.

Área de Concentração: Direitos Humanos
Linha 3: Transjuridicidade, Epistemologia e Abordagens Pluri/Inter/ Transdisciplinares dos Direitos Humanos

Orientadora: Profa. Dra. Alessadra Correia Lima Macedo Franca

JOÃO PESSOA

2019

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

P814c Pontes, Ílina Cordeiro de Macedo.

Compliance e mercado da arte: uma análise do sistema de regulação multifacetado em transações de obras artísticas. / Ílina Cordeiro de Macedo Pontes. - João Pessoa, 2019.

136 f. : il.

Dissertação (Mestrado) - UFPB/CCJ.

1. Compliance. 2. Mercado da arte. 3. Regulação. I.
Título

UFPB/CCJ

ÍLINA CORDEIRO DE MACEDO PONTES

**COMPLIANCE E MERCADO DA ARTE: UMA ANÁLISE DO SISTEMA DE
REGULAÇÃO MULTIFACETADO EM TRANSAÇÕES DE OBRAS ARTÍSTICAS**

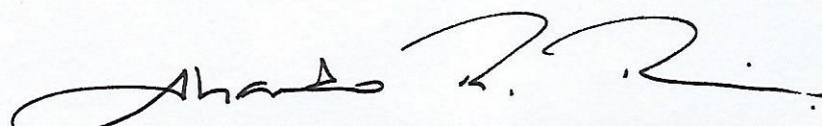
Trabalho de Dissertação apresentado à banca de defesa final como requisito para obtenção do grau de Mestre em Direito pelo Programa de Pós-Graduação do Centro de Ciências Jurídicas da UFPB.

APROVADO EM: 20/05/2019

BANCA EXAMINADORA:


PROFA. DRA. ALESSANDRA CORREIA LIMA MACEDO FRANCA
(Orientadora)


PROF. DR. GUSTAVO RABAY GUERRA
(Avaliador Interno)


PROF. DR. ALFREDO RANGEL RIBEIRO
(Avaliador Externo)

AGRADECIMENTOS

À Universidade Federal da Paraíba, instituição que proporcionou toda a minha educação superior até o momento, onde tive o contato inicial com a pesquisa científica e para a qual sempre espero fornecer bons retornos acadêmicos.

Aos professores do PPGCJ, em especial àqueles de quem tive a honra de ser aluna e cujas aulas expandiram meus horizontes sob as mais diversas perspectivas: criativa, política, social, cultural, política e econômica.

A todos os colegas e amigos do PPGCJ. A jornada foi muito mais rica, prazerosa e leve com pessoas tão inteligentes, divertidas e companheiras.

Aos funcionários do PPGCJ, que sempre auxiliaram com muita educação e diligência a respeito de todos os assuntos relacionados ao Mestrado.

À minha orientadora, profa. Alessandra Franca, pelos inúmeros ensinamentos, mas, principalmente, pela empatia, leveza e criatividade com que conduziu a orientação da dissertação.

Ao meu coorientador, prof. Marcílio Franca, por sempre acompanhar, além de incentivar novas leituras, novos olhares e novas interpretações sobre temas relacionados a direito e arte.

Ao meu pai, por ser o meu maior modelo, ensinar sempre com carinho o valor da educação, escutar pacientemente e ser o meu maior apoio.

À minha mãe, pelo amor, apoio incondicional e paciência durante toda a jornada do Mestrado.

Aos meus familiares e amigos, que proporcionaram momentos incontáveis de descontração, paz e alegria durante a realização da dissertação.

"It's something that happens constantly. Everything we see hides another thing, we always want to see what is hidden by what we see. There is an interest in that which is hidden and which the visible does not show us. This interest can take the form of a quite intense feeling, a sort of conflict, one might say, between the visible that is hidden and the visible that is present" (René Magritte)

PONTES, Í. C. M. **Compliance e Mercado da Arte: uma análise do sistema de regulação multifacetado em transações de obras artísticas**. 2019. Dissertação (Mestrado em Direito) - Centro de Ciências Jurídicas, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa.

RESUMO

Lavagem de dinheiro, roubos a museus, financiamento do terrorismo e falsificações são constantemente veiculados em matérias jornalísticas. O mercado de arte possui, assim, uma suscetibilidade acentuada a ser utilizado como meio para práticas ilícitas. As razões para esse fenômeno recaem sobre diversas características apresentadas pelo próprio mercado, bem como a ausência de uma regulação estatal específica e eficiente. Entretanto, a identificação de códigos de ética, diretrizes, entre outros documentos, nesse setor, configuraram a hipótese de que o *compliance* no mercado de arte funciona como um instrumento próprio de autorregulação. Nesse sentido, a fim de verificar sua procedência, foi utilizado o método hipotético-dedutivo, bem como pesquisas de caráter qualitativo e documental, com base em fontes secundárias. O procedimento seguiu basicamente três etapas com objetivos específicos. Recorreu-se inicialmente à análise da estrutura dos entes que compõem esse setor econômico, bem como das razões de sua suscetibilidade como meio para práticas criminosas. Em seguida, percorreu-se o alcance do sentido do *compliance*, que se apresentou muito mais complexo que sua extensão gramatical e como uma estrutura de regulação multifacetada, na qual se encontram diversas ordens jurídicas, tanto de caráter público como privado. Finalmente, buscou-se analisá-lo dentro do mercado da arte, especificamente a partir de cinco documentos, emanados por entes privados, com o intuito de detectar os pontos essenciais de um programa de *compliance* nesse âmbito econômico e, em especial, no Brasil.

Palavras-chave: *Compliance*. Mercado da arte. Regulação.

ABSTRACT

Money laundering, museum thefts, terrorism financing and counterfeiting are constantly conveyed in headlines. It is clear that the art market is remarkably used as a medium for illicit practices. The reasons for this phenomenon remain on the art market characteristics, as well as the absence of an effective public regulation. However, the identification of code of ethics, guidelines, among other documents, raised the hypothesis that compliance appears as a self-regulation tool in this market. In order to verify it, the hypothetical-deductive method was used, as well as qualitative and documentary research, based on secondary sources. The research procedure was based in three steps, each one with specific objectives. Firstly, it was analysed the structure of the actors which make part of this economic sector, as well as the reasons of its susceptibility for criminal practices. Secondly, the meaning of compliance was pursued. Then, it proved to be much more complex than its gramatical definition, as a multifaceted regulating structure which comprises both public and private legal orders. Finally, the compliance in this market was analysed from five diferente documents, in order to identify the essential points of a compliance program in the art market, and especially in Brazil.

Keywords: *Compliance. Art Market. Regulation*

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	09
1 ASPECTOS SOCIOECONÔMICOS DO MERCADO DE ARTE	14
1.1 Estruturação do Mercado de Arte	14
1.1.1 <i>Segmentação Horizontal</i>	14
1.1.2 <i>Segmentação Vertical</i>	17
1.1.3 <i>Principais Atores</i>	18
1.1.3.1 <i>Galerias de Arte e Marchand</i>	19
1.1.3.2 <i>Casas de Leilão</i>	19
1.1.3.3 <i>Colecionadores de Arte</i>	21
1.1.3.4 <i>Feiras de Arte</i>	21
1.1.3.5 <i>Museus</i>	22
1.1.3.6 <i>Entidades de Suporte e Atividades Secundárias</i>	23
1.2 Arte, Razão e Emoção na Criação de um Mercado Próprio	23
1.2.1 <i>O valor da obra de arte</i>	24
1.2.2 <i>O preço da obra de arte</i>	27
1.3 Suscetibilidade do Mercado a Práticas Ilícitas	30
1.3.1 <i>Razões Estruturais</i>	31
1.3.2 <i>Razões Vinculadas ao Próprio Objeto de Arte</i>	32
1.3.3 <i>Razões de Escolha Econômica dos Criminosos</i>	33
1.4 Problemas mais Recorrentes no Mercado	34
1.4.1 <i>Autenticidade</i>	35
1.4.2 <i>Livre Concorrência</i>	36
1.4.3 <i>Financiamento do Terrorismo e Lavagem de Dinheiro</i>	39
2 FORMAÇÃO CONCEITUAL DO COMPLIANCE	42
2.1 Origens e Aceções do Termo Compliance	42
2.1.2 <i>Realidade Brasileira</i>	48
2.2 Manifestações Concretas do Compliance	52
2.2.1 <i>Programas de Compliance (conformidade ou integridade)</i>	53
2.2.2 <i>Expressão Normativa: Códigos de Ética e de Conduta</i>	58

2.3 Due Diligence e Risk Based Diligence.....	61
2.4 Compliance e Autorregulação.....	62
2.5 A Privatização do Compliance e o Modelo P2P.....	66
2.6 Razões para Adoção da Função Compliance e a sua Eficácia.....	69
2.7 Compliance no Contexto das Estruturas Atuais Normativas e o Direito não Estatal.....	72
2.8 Definição de Compliance como Sistema de Regulação Multifacetado.....	73
3. ATRIBUTOS JURÍDICOS DO COMPLIANCE NO MERCADO DE ARTE	76
3.1 Objetivos do Compliance no Mercado de Arte.....	76
3.2 O Sistema de Regulação Multifacetada da Arte	80
3.3 Concretização do Compliance no Mercado de Arte.....	86
<i>3.3.1 Elementos específicos da concretização do compliance no âmbito de sua expressão normativa.....</i>	<i>89</i>
3.4 Passos iniciais para a concretização do compliance no mercado da arte.....	113
<i>3.4.1 Considerações sobre os Documentos Avaliados.....</i>	<i>114</i>
<i>3.4.2 É possível estabelecer um modelo de concretização do compliance no mercado de arte?.....</i>	<i>117</i>
<i>3.4.3 Exemplo de Concretização dentro da Realidade Brasileira.....</i>	<i>121</i>
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS	125
REFERÊNCIAS	128
ANEXOS.....	136

INTRODUÇÃO

Há uma frase bastante conhecida do artista Paul Klee, segundo a qual, a arte não possui como objetivo refletir o visível, mas tornar visível o invisível. É inegável a interpretação do raciocínio no campo estético. Entretanto, pode-se ainda pensar em uma segunda interpretação para o pensamento do artista, voltada ao mercado da arte.

A arte não produz apenas o belo. Ao se transferir um olhar atento ao setor econômico que ela é capaz de gerar, o seu lado invisível transforma-se em um campo permeado pelos mais diversos ilícitos e alheio a uma regulação estatal eficiente. Parece, muitas vezes, ser um setor invisível às amarras do poder público, o qual não detém conhecimentos específicos sobre o mercado para expedir normas e fiscalização efetivas.

Dessa forma, a presente dissertação direcionou um olhar mais atento, a fim de trazer luz e alcançar a visibilidade de um meio pouco conhecido por grande parte da sociedade, com uma dinâmica singular e diversa de outros setores econômicos. Sendo assim, apresentou como objetivo primordial avaliar as estruturas e as manifestações de *compliance* no ambiente econômico das artes, bem como sua relação com o processo de regulação do setor.

Três razões fundamentais embasaram, assim, a escolha do presente objeto de estudo. Os pilares que motivaram o desenvolvimento das pesquisas envolveram a identificação dos poucos estudos jurídicos sobre a temática, a grande quantidade de práticas ilícitas que permeiam o mercado de arte, assim como a atualidade e relevância pública do tema.

Primeiramente, o mercado de arte é pouco explorado pelo direito brasileiro. Mesmo enfrentando problemas concernentes aos ramos de direito civil, direito empresarial, direito concorrencial, direito penal, não há uma atenção jurídica especial a esse campo. Sendo assim, a regulação se configura pouco efetiva dentro de um setor cuja dinâmica interna é pouco estudada pela ala jurídica.

Em segundo lugar, apresenta-se como um mercado extremamente propício a ser utilizado como meio para a prática de condutas ilícitas. Quanto mais estudos forem concretizados, trazendo luz às operações nele realizadas, sua compreensão tornar-se-á mais simples e mais acessível para que medidas eficientes sejam colocadas em prática. Não há, desse modo, como se estabelecer medidas

regulatórias eficientes, sem antes compreender as engrenagens de um meio econômico que pouco se conhece.

Apesar de todas as condutas danosas que permeiam esse setor, o campo jurídico brasileiro pouco estuda sua regulação e a prevenção de condutas delituosas. Nesse sentido, apresenta-se essencial compreender adequadamente os componentes desse mercado, as razões pelas quais é suscetível a essas práticas ilícitas e a atuação dos seus principais atores.

Por último, o universo fascinante dos museus, das galerias de arte e da própria história da arte gerou a intenção de desenvolver a pesquisa aqui descrita. Compreender a dinâmica e as relações, muitas vezes, desconhecidas por grande parte da população e para o universo jurídico, apresentou-se como verdadeiro desafio acadêmico.

Além das justificativas apresentadas, pode-se ressaltar que o tema do *compliance* vem sendo cada vez mais abordado no cenário jurídico. Discute-se constantemente a respeito de seu papel em diversos setores econômicos e sob vários prismas. Entretanto, os estudos sobre a categoria no mercado da arte ainda aparecem de forma difusa e pouco difundidas no Brasil.

É preciso destacar que o tema da pesquisa foi concebido a partir da verificação de determinadas condutas ilícitas e antiéticas no mercado da arte, além do reconhecimento geral de que não há uma regulação apropriada desse setor. Todavia, a prática dessas condutas indevidas tem convivido, nos últimos anos, com a produção de uma série de normas, diretrizes éticas e códigos de conduta, por parte dos próprios entes privados presentes nesse âmbito.

Ressalte-se que a elaboração dos instrumentos normativos mencionados, como forma de autorregulação dos atores, corresponde a uma tendência de diversos setores atuais. Essa tendência concerne ao estabelecimento de mecanismos que assegurem a prática de condutas saudáveis em um ambiente transnacional, onde as mudanças não são enfrentadas adequadamente pelos Estados, no âmbito de suas fronteiras.

Nesse sentido, o ponto de partida para a elaboração das pesquisas recaiu sobre o questionamento a respeito de, verificando a inefetividade da regulação estatal no mercado de arte, ser possível identificar estruturas regulatórias que partam dos próprios entes nele existentes.

Levantou-se, assim, a possibilidade de que, perante a ausência de regulação estatal específica, os mecanismos normativos, apresentados pelos próprios entes do mercado da arte, representam uma regulação eficiente para se combater as condutas ilícitas e antiéticas. Desse modo, eles passam a guiar a conduta dos atores, estruturando um *compliance* próprio às transações de obras artísticas. Assim, o ambiente, singular em relação aos seus participantes e às negociações realizadas, gera um conceito também privativo do *compliance* a ser nele desenvolvido.

Portanto, a dissertação embasou-se sobre a hipótese de que os entes privados do mercado da arte apresentam estruturas próprias de *compliance*, destinadas ao combate de condutas ilícitas e antiéticas, tanto em âmbito nacional quanto transnacional, que funcionam como mecanismos próprios e autorregulatórios.

O método de desenvolvimento, utilizado durante as pesquisas, consistiu no hipotético-dedutivo. Partiu-se do problema de que há uma ausência de regulação estatal eficiente no mercado de arte. Posteriormente, após a identificação de códigos de conduta e ética específicas nesse setor, construiu-se a hipótese, segundo a qual o *compliance* constitui mecanismo eficiente de autorregulação do mercado. Assim, objetivou-se compreender como a figura geral do *compliance*, existente em diversos outros setores, manifesta-se em relação às particularidades do mercado da arte.

Em segundo plano, foram utilizados os métodos descritivo e comparativo, principalmente no momento da análise de alguns documentos essenciais à compreensão da concretização do *compliance* nas transações artísticas. Foram meios manejados, especialmente, no terceiro capítulo, como forma de extrair elementos comuns de *compliance* entre os documentos averiguados, realizando-se um contrapondo entre suas características principais.

Destaque-se ainda que a pesquisa foi, prioritariamente, qualitativa e documental, além de baseada, principalmente, sobre fontes secundárias, como livros, instrumentos normativos, códigos de ética e de conduta, sites da internet e notícias, versando sobre direito, arte, economia e cultura.

Os capítulos foram estruturados de maneira a respeitar os passos procedimentais estabelecidos para a pesquisa e atender os objetivos específicos em cada momento particular. Desse modo, resumidamente, a elaboração dos capítulos

respeitou a sequência do procedimento das pesquisas que envolveram basicamente: 1) a compreensão do funcionamento do mercado de arte; 2) a compreensão do alcance *compliance* no âmbito corporativo; 3) o entendimento a respeito da concretização do *compliance* no mercado de arte.

No Capítulo 01, objetivou-se analisar a dinâmica do mercado da arte e compreender o que o torna diferente dos demais. A obra de arte se apresentou enquanto detentora de papel primordial na implantação de características singulares do mercado. Sua elaboração, seu valor e preço possuem grandes impactos em toda essa estrutura econômica. A subjetividade compõe, muitas vezes, um grande papel na precificação de um objeto artístico. Entretanto, há elementos de ordem objetiva que são também capazes de influenciar a composição do preço da arte. Em seguida, buscou-se conhecer a estruturação do mercado na prática, tendo verificado a sua forma de organização e os principais entes que o compõem.

Ainda nessa etapa da pesquisa, foram detectados os riscos e os ilícitos mais comuns aos quais esse meio econômico está sujeito. Do mesmo modo, voltou-se a observação para as razões que fazem o mercado de arte ser tão propício a ser utilizado como meio para realização de práticas ilícitas.

O Capítulo 02 teve como objetivo fundamental a compreensão acerca da abrangência do termo *compliance* na atualidade. Nesse momento, verificou-se a complexidade do alcance do termo, que não se restringe ao seu sentido gramatical. O *compliance* revelou-se, assim, como uma estrutura ramificada, voltada ao cumprimento de normas com as mais diversas origens, bem como um importante instrumento de regulação e de controle interno em entes privados. Do mesmo modo, verificou-se de que maneira se manifesta no ordenamento brasileiro, bem como e sua relação com a autorregulação.

O capítulo 03, a partir das observações constatadas nos capítulos anteriores, abordou o encontro entre os dois temas, o *compliance* e o mercado de arte. Seu objetivo foi averiguar as manifestações autorregulatórias existentes nesse mercado, por meio de medidas de *compliance*. Nessa etapa, verificou-se preliminarmente os objetivos específicos do *compliance* dentro do mercado de arte, a partir da visão de alguns autores, bem como a maneira pela qual se estrutura enquanto um sistema de regulação multifacetado nesse setor econômico.

Por fim, buscou-se extrair os elementos de concretização do *compliance*, a partir de cinco principais documentos elaborados no âmbito do mercado: a) *Code of Business Conduct* da Sotheby's (2014); b) *Art Transaction Due Diligence Toolkit*, da entidade *Responsible Art Market (RAM)* (2017a); c) *Guidelines on Combatting Money Laundering and Terrorist Financing* (2017b) também da entidade *Responsible Art Market* (2017); d) *Basel Art Trade Guidelines* (2012) elaborado por Thomas Chris e Claudia Von Selle; e) *Christie's Guidelines for Dealing with Nazi-era Art Restitution Issues* (2009).

Finalmente, após pinçar os elementos de *compliance*, foi levantada a discussão a respeito da possibilidade da existência de um modelo que possa ser aplicável a todas as entidades do mercado de arte. Portanto, a dissertação buscou captar, em meio à invisibilidade do setor, todas as nuances e cores presentes na diversidade do *compliance*, que se manifesta dentro desse ambiente particular, na tentativa de gerar uma imagem para um mercado incapaz de se manifestar de maneira preta e branca ou unidimensional.

1 ASPECTOS SOCIOECONÔMICOS DO MERCADO DA ARTE

A diversidade e as características singulares do mundo das transações de obras artísticas geram um ambiente no qual surgem membros e atividades próprias, muitas vezes, à margem da regulação estatal. Nesse sentido, antes de proceder à verificação da manifestação do *compliance* no mercado da arte, revela-se importante demonstrar a estrutura e as peculiaridades dessa cadeia econômica como objeto sobre o qual se fundam as pesquisas do presente capítulo.

1.1 Estruturação do Mercado da Arte

Inicialmente, é essencial compreender de que maneira o mercado de arte está estruturado, quais os entes que dele participam, bem como sua dinâmica interna. Tendo em vista a peculiaridade valorativa que envolve as obras de arte e sua conseqüente influência no desenvolvimento de um ambiente econômico próprio, convém realizar um breve apanhado acerca da estrutura desse distinto mercado.

Utilizou-se, na presente dissertação, a estruturação, conforme proposta pela economista Alessandra Zorloni, em duas segmentações, capazes de englobar, em um corte horizontal, o caráter distributivo (mercados primário e secundário) e, em um corte vertical, um agrupamento de elementos como caráter histórico, geográfico, entre outros (2013, p.1325). Além disso, foram destacados os setores que não participam diretamente da cadeia principal, mas que possuem grande influência na publicidade e na distribuição das obras de arte.

1.1.1 Segmentação Horizontal

A primeira categoria proposta pela autora consiste em uma segmentação horizontal do mercado, a partir da qual se pode observar que esse setor econômico opera basicamente por meio de duas linhas principais: o mercado primário e o mercado secundário (ZORLONI, 2013, p.1362).

O mercado primário consiste no contato inicial do objeto artístico com as trocas comerciais, ou seja, a primeira vez que será comercializado (GRAY; HEILBRUN, 2001, p.169). Nele se encontram, basicamente, as feiras de arte, os

estúdios dos artistas e as galerias de arte. Além disso, nele circulam as obras mais novas de artistas renomados ou as obras de artistas mais jovens (GRAY; HEILBRUN, 2001, p.169). Enquanto isso, o mercado secundário é gerado a partir da negociação de uma obra já existente e há algum tempo em circulação, ou seja, fruto do mercado primário. Dele fazem parte, principalmente, as casas de leilão (ZORLONI, 2013, p.1364).

Destaque-se, todavia, que a separação entre essas duas categorias não é estática, tendo em vista que se pode verificar a participação reversa das instituições em um ou em outro mercado. Alguns autores costumam, inclusive, classificar o mercado da arte em um tripé de primário, secundário e terciário. O mercado primário seria representado pela venda de obras por parte de artistas a colecionadores de artes; o secundário, por sua vez, surgiria a partir da negociação entre mercado de arte e colecionadores; enquanto o terciário seria regido pela participação das casas de leilão na venda de obras de colecionadores e negociadores que já teriam circulado no mercado secundário (LICH; SINGER, 1994, p.199).

Independentemente da classificação¹, importante observar que o fato de a obra ser nova no mercado, ou já há algum tempo em circulação, contribui exponencialmente para o seu valor e preço, conforme será apontado nos próximos tópicos, principalmente quando é levado em consideração o grau de exposição de seus objetos no momento das transações.

Considerando os vários tipos de classificação, observa-se que, especialmente, o mercado primário, mas não apenas ele, sempre será permeado pelos altos custos de transação e pela assimetria de informações (GRAY; HEILBRUN, 2001, p.171-172). Em relação aos altos custos, são considerados o tempo e o risco aos quais o comprador se expõe, por exemplo, assumidos pelo investimento em um novo artista. Em outras palavras, pesquisar e investir em novos artistas demanda tempo e investimentos arriscados, tendo em vista que não há certeza sobre a futura valorização da obra.

Todavia, o investimento no mercado primário oferece menor risco com relação à autenticidade. Dentro de um mercado competitivo - no qual predominam baixos custos de transação, de informação e no qual os preços refletem os valores – os compradores não assumiriam os riscos em decisões equivocadas sobre

¹ A dissertação adotou a classificação clássica entre mercado primário e secundário.

autenticidade. Ao contrário, o mercado fixaria de forma confiável o preço de determinadas obras de arte, sem gerar temor de que o valor de mercado pudesse cair a qualquer segundo, após uma determinação adversa de autenticidade. Nesse sentido, determinações falsas de autenticidades por conselhos de especialistas introduzem ineficiência no mercado, que aumentam os custos de transação para compradores buscando adquirir objetos verdadeiros, além de criar diversos outros problemas (SWIFT, 2014, p.254).

Nesse sentido, o mercado primário se apresenta como um meio no qual são negociadas obras mais novas e que não foram adquiridas anteriormente por outros compradores. Tendo sido produzidas de maneira recente, não garantem ao comprador uma rápida valorização, caso sua intenção seja de investimento. Por outro lado, como demonstrado pelos autores acima, os riscos vinculados à autenticidade do objeto são mínimos.

No mercado secundário, os riscos são maiores, mas as obras serão bem mais valiosas. Sendo assim, muitos colecionadores ou negociadores preferem assumir o risco e adquirir obras de novos talentos com a intenção de obter ganhos futuros (THORNTON, 2008, p.37).

Destaque-se que a assimetria de informações, tão arraigada nesse meio, pode favorecer àqueles indivíduos que detêm posição de destaque no mercado da arte. A fim de exemplificar o que foi mencionado, pode-se observar a seguinte explicação do economista David de Ugarte, ao narrar a conduta de um colecionador de arte.

De acordo com o autor, trata-se de um problema de informação e de escala, pois quando o mercado é pouco institucionalizado, é facilmente manipulado. Determinado indivíduo era responsável por realizar as compras para o National Gallery e realizava as suas, ao mesmo tempo, sendo assessorado por Roger Fry. Este último havia trabalhado na seção de compras do MoMa e era o crítico de arte mais influente da Inglaterra. Para um mercado que sofre um rápido processo de diferenciação, os críticos, assim como as grandes compras realizadas pelos museus possuem um grande impacto no público. Quando o National Gallery comprava impressionistas e pós-impressionistas que não estavam em nenhum museu importante, automaticamente estes se valorizavam (UGARTE, 1997, p.46).

Portanto, o colecionador era capaz de realizar profícuos investimentos devido aos conselhos de indivíduo cuja opinião era determinante no universo da arte. Observa-se, claramente, no exemplo mencionado, a assimetria de informações dentro de um mercado no qual um indivíduo beneficia-se da possível valoração das obras de arte em detrimento de outros amantes da arte que não possuam o mesmo mentor.

1.1.2 Segmentação Vertical

A segunda categoria proposta pela autora no que tange à estruturação do mercado de arte corresponde à sua segmentação vertical. Esta segmentação é realizada de acordo com a qualidade dos produtos ofertados, com a dispersão geográfica e com o valor do produto, o que gera quatro mercados principais: *classic contemporary market*, *avant-garde market*, *alternative market* e *junk market* (ZORLONI, 2013, p.1379).

O *classic contemporary market* é bastante diversificado, podendo incluir diversas escolas, artistas vivos (com obras produzidas desde 1970) ou históricos, desde que possuam ampla influência no cenário artístico atual. Além disso, há o requisito de que seus trabalhos já tenham circulado bastante no mercado secundário (ZORLONI, 2013, p.1379). Considerado um mercado mundial e bastante concentrado, além de ser dominado por algumas poucas galerias que funcionam como verdadeiras empresas internacionais. Como exemplos, podem ser citadas: Larry Gagosian presente em Londres, Nova Iorque, Londres Paris, Hong Kong, Atenas e Roma; Marian Goodman em Nova Iorque e Paris; Sprüth Magers em Londres e Berlim; Hauser and Wirth em Londres, Nova Iorque e Zurique. Destaque-se que, normalmente, essas galerias atuam no mercado primário e secundário, tendo como demanda principal grandes colecionadores, banqueiros e instituições, como museus e fundações (ZORLONI, 2013, p.1379).

O *avant-garde market* é representado por artistas com menos de 20 anos de produção cujos trabalhos ainda estão iniciando a circulação no mercado secundário. No entanto, são artistas que possuem grande repercussão em feiras de arte, detentores de grandes prêmios e bastante requisitados em eventos artísticos. É conhecido como um mercado oligopolístico, dominado por alguns operadores

capazes de determinar futuras tendências e estabelecer preços altíssimos, mesmo no lançamento de novos nomes (ZORLONI, 2013, p.1448).

O *alternative market* possui proporção nacional incluindo artistas consolidados ou mais novos. O preço das obras, por outro lado, não atinge àqueles do *avant-garde* e do *classic contemporary*. Além disso, os artistas que dele fazem parte são associados a uma identidade nacional artística, convidados para participar de grandes feiras no território de origem e em espaços públicos (ZORLONI, 2013, p.1462).

Finalmente, o *Junk Market* é considerado um mercado local onde a atividade comercial prepondera sobre a atividade cultural. Pode-se mencionar ainda que é composto por artistas sem nomes consolidados cujas vendas satisfazem interesse estritamente decorativo (ZORLONI, 2013, p.1474).

Deve-se atentar para o fato de que dentro desses mercados é possível, ainda, delimitar submercados. Esses submercados serão aqueles referentes a obras de um único artista, normalmente os que possuem grande influência no respectivo mercado. Fala-se, portanto, em mercado de Warhol, mercado de Hirst, mercado de Picasso, entre outros. Nessa linha, seguiu-se o pensamento de David de Ugarte segundo o qual as obras criam complexas estruturas em volta de si (UGARTE, 1997, p.33-34).

1.1.3 Principais Atores

Além da estrutura do mercado de arte, é essencial compreender os entes que geram as dinâmicas tão peculiares a esse setor e que serão os responsáveis centrais, conforme será demonstrado posteriormente, pela implantação do *compliance* no setor.

Dentro dessa estrutura, vários atores são responsáveis pela integração da cadeia, atuando como oferta ou demanda de obras de arte, ora compondo o mercado primário, ora o secundário. Diante disso, serão delineados alguns dos principais entes a seguir.

1.1.3.1 Galerias de Arte e *Marchand*

O mercado global de arte inclui, aproximadamente, 380.000 galerias e *marchands*, sendo que 5% deles respondem por 70% de todas as vendas e, apenas, 2% dos *marchands* realizam vendas de mais de 50 milhões de euros por ano (CORBETT, 2012). Nesse sentido, as galerias e os *marchands* constituem peças-chave no mundo das transações de obras de arte, em virtude do volume de vendas que realizam.

Normalmente, eles se especializam apenas em transações no âmbito do mercado primário ou do mercado secundário. Aqueles que atuam no mercado primário possuem a tarefa de construir a imagem de um artista, conferindo-lhe ampla publicidade para introduzi-lo no mercado. Assim, os *marchands* que atuam no mercado primário, responsáveis por construir a carreira de um artista, normalmente veem os leilões como inconcebíveis. Por outro lado, os *marchands* e as galerias de arte do mercado secundário quase não mantêm contato com artistas, trabalhando basicamente com as casas de leilão (THORNTON, 2008, p.8).

Além disso, os atores do mercado primários são cautelosos quanto às vendas para possíveis compradores que disponibilizarão as obras em leilões, porque, dessa maneira, eles perdem, aos poucos, o controle sobre os preços do artista que representam (THORNTON, 2008, p.8).

Observa-se, dessa forma, que são esses entes que atuam de maneira mais próxima aos artistas, inserindo-os no mercado e dando-lhes a publicidade inicial, o agenciamento necessário e os contatos relevantes para futuras exposições.

Ressalte-se, por fim, que as galerias podem ser equiparadas a empresas, pelo menos dentro do ordenamento jurídico brasileiro, para fins de responsabilização por práticas ilícitas. Esse é o entendimento apontado por Newton de Lucca e Leonardo Netto Parentoni (2015, p.387-388).

1.1.3.2 Casas de Leilão

Uma segunda espécie de atores principais dentro do mercado de arte inclui as casas de leilão, que são instituições, normalmente, participantes do mercado secundário. Em outras palavras, são locais onde prevalecem as vendas por parte de

marchands e colecionadores, mas não de artistas. Nelas, não há transações entre artistas e compradores, mas entre negociadores e compradores.

As maiores casas de leilão são as duas gigantes e mundialmente famosas, *Christie's* e *Sotheby's*, ambas surgidas no século XIX e com filiais, ou escritórios de representação, no mundo todo. No início do século XXI, estimava-se que as duas juntas detinham mais de 90% do mercado global de leilões das belas artes. Atualmente, elas são as responsáveis por mais da metade das vendas globais de arte contemporânea, o que representa, aproximadamente, mais de 573 milhões de euros (ARTPRICE.COM, 2013, p.16).

No Brasil, não há grandes destaques em termos de casas de leilões. A maior delas se encontra no Rio de Janeiro, a Bolsa de Arte. As obras mais cobiçadas, normalmente, são encaminhadas para as grandes casas mundiais, onde é possível se alcançar um público mais amplo e diversificado.

Os leilões de arte, em sua maioria, seguem o modelo inglês desenvolvido pela *Christie's* e pela *Sotheby's*. Os objetos são leiloados a partir de preços ascendentes. Fixado o preço inicial, o leiloeiro convoca os participantes a aderirem a preços maiores até ser indicado o lance final, conhecido como preço de martelo (*hammer's price*). No entanto, nem todos os itens, ao serem confrontados com o preço final são vendidos, tendo em vista que o vendedor pode estabelecer um valor mínimo e secreto de seu item, o preço de reserva (*reserve price*). Caso o item não atinja o valor almejado, pode ser leilado novamente, comprado pela própria casa ou retirado do mercado (ASHENFELTER; GRADDY, 2013, p.764).

Na práxis, anteriormente ao dia do leilão, as casas disponibilizam um catálogo com informações acerca das obras, as quais incluem artista, tamanho, lance mínimo e máximo esperados. Com relação ao lance final, cabe ressaltar que não corresponderá ao valor pago pelo comprador. O preço final incluirá o *buyer's premium*, que varia, em geral, entre 10 e 17,5%. Além do prêmio do comprador (*buyer's premium*), há incidência de um percentual de comissão do vendedor (*seller's commission*), geralmente, de 10% sobre o lance final (ASHENFELTER; GRADDY, 2013, p.765).

Há, dessa forma, uma dinâmica própria inerente às atividades desses atores, o que implica na forma como enfrentam os ilícitos existentes no mercado da arte, bem como implantam medidas próprias de *compliance*.

1.1.3.3 Colecionadores de Arte

Os colecionadores de arte representam um ponto fundamental na cadeia de trocas de obras de artes. São reconhecidos tanto como oferta ou como demanda de objetos artísticos. No entanto, muitos são cautelosos ao atuarem no mercado secundário, tendo em vista que alguns artistas preferem controlar o preço de suas obras, impedindo que sejam vendidas àqueles que possuem o propósito de logo despejá-las no mercado secundário (THORNTON, 2008, p.13).

Assim, não há como se delimitar uma única característica em comum para todos os colecionadores. Alguns adquirem obras como forma de investimento; enquanto outros realizam a aquisição pela admiração e prazer que elas podem lhe proporcionar.

A fim de ilustrar sua importância no cenário do mercado, destaque-se que os colecionadores brasileiros e os estrangeiros são os principais compradores de obras de arte nacionais, representando 71% e 11,5%, respectivamente, do total de vendas em 2012 (LATITUDE, 2013, p.11).

Apesar da importância desses atores no cenário das transações de obras artísticas, que, inclusive, movimentam as atividades de diversas galerias e leilões de arte, o enfoque maior da presente dissertação é direcionado aos entes privados capazes de estruturar medidas de *compliance* aptas a combater ilícitos existentes no mercado.

1.1.3.4 Feiras de Arte

As feiras de arte são eventos de curta duração realizados, em geral, anualmente. Representam a peça-chave na divulgação de artistas, onde diversas galerias podem expor os trabalhos a um público bastante amplo. Além disso, constituem o aspecto marcadamente mais comercial do mercado da arte (ZORLONI, 2013, p.1538).

As maiores visam a atrair público internacional. A principal feira de arte contemporânea do mundo é a Art Basel, na Suíça, realizada anualmente e que em 2011 atraiu 65.000 visitantes (ZORLONI, 2013, p.1563).

Cabe ressaltar que as grandes feiras de arte servem também como uma maneira de acelerar o mercado, tendo como intuito primordial a divulgação de artistas, ao estabelecer uma ponte com o grande público, não sendo voltadas apenas para especialistas no setor (ZORLONI, 2013, p.1545).

As galerias pagam, inclusive, elevadas taxas por um lugar nas grandes feiras, caso consigam um lugar no evento. Projeta-se que apenas 30% das galerias que se candidatam a ART Basel são aceitas. Além disso, estima-se que as dez feiras de arte mais importantes do mundo atraem 600.000 visitantes por ano (ZORLONI, 2013, p.1562). Entretanto, a ausência de critérios de seleção transparentes recebe muitas críticas, por parte de galerias não admitidas, gerando, inclusive, denúncias de dominação de mercado.

Convém destacar ainda que há muitas feiras regionais e voltadas ao âmbito nacional. No Brasil, as feiras de arte surgiram mais tarde, no início do século XXI. A maior atualmente é a SP-Arte que reuniu 164 galerias em 2019 e recebeu 36.000 visitantes durante cinco dias de evento (SP-ARTE, 2019).

1.1.3.5 Museus

Museus, normalmente, são entidades sem fins lucrativos, destinados à promoção da cultura e da educação. Atuam primordialmente no âmbito da demanda, ao invés da oferta de obras de arte. Dessa forma, detêm o papel importantíssimo de exposição e valorização dos artistas.

Herbert Lazerow (2015, p. 7303) destaca, inclusive, o papel dual dos museus afirmando que “Since museums are big business, in many ways they operate as corporations, but in others they are more like charities or trusts”. Nesse sentido, essas instituições não necessariamente apresentam características exclusivamente filantrópicas.

Nos últimos anos, inclusive, as características predominantes dos museus também vêm se modificando em paralelo ao desenvolvimento comercial do mercado da arte. Atualmente, vislumbra-se, por exemplo, “marcas” de museus como o Guggenheim, que se espalham pelo mundo (GRAY; HEILBRUN, 2001, p.205).

É preciso destacar ainda que essas entidades podem ser regidas tanto pela *hard law* quanto pela *soft law* (LAZEROW, 2015, p.7307). Desse modo, podem ser

submetidos a uma ampla gama de sistemas regulatórios, com efeitos coercitivos ou não.

Apesar de não participarem ativamente de transações de obras de arte, não é difícil perceber que os museus são, muitas vezes, grandes compradores e responsáveis pela divulgação de artista. Dessa maneira, mesmo possuindo um objetivo exclusivamente cultural, essas entidades possuem impactos significantes no mercado. A exposição em museus importantes garante uma elevação de preço de determinado artista, conforme será destacado no próximo tópico. Além disso, deve-se destacar que essas entidades também sofrem como alvos rotineiros de roubos de peças valiosas que podem ser utilizadas para financiar o terrorismo.

1.1.3.6 Entidades de Suporte e Atividades Secundárias

Por último, convém ressaltar que, além dos integrantes tradicionais do mercado da arte anteriormente mencionados, surgem entidades indiretamente ligadas a ele, cujos serviços repercutem em sua seara. Essas atividades secundárias incluem serviço de consultoria, seguros para obras, publicações, autenticação, propagandas, entre outros.

1.2 Arte, Emoção e Razão na Criação de um Mercado Próprio

O mercado da arte, muitas vezes, constitui um enigma para grande parte da população e para o próprio poder público. Ele é compreendido, constantemente, como um meio peculiar e alheio ao mercado econômico em geral. Nesse sentido, perquirir as razões pelas quais ele se apresenta dessa maneira é essencial para se compreender o *compliance* dentro do setor.

Deve-se destacar que uma das razões preponderantes que o tornam tão singular é, justamente, a composição do valor da obra de arte e o elevado grau de subjetivismo existente nas transações. Sendo assim, o presente tópico é destinado a averiguar aspectos objetivos e subjetivos na composição da obra de arte do mercado em geral.

Segundo Alessia Zorloni (2013, p.978), o sistema de artes visuais envolve uma coletividade complexa de operadores com diversos valores e importância. Eles

estão interconectados devido a diferentes objetivos, tanto comerciais como culturais, e em estruturas próprias (galerias, casas de leilão, feiras de arte, museus e fundações), a fim de oferecerem produtos de luxo com alto conteúdo simbólico, destinados a satisfazer necessidades culturais e estéticas.

A fim de enfatizar o caráter singular desse âmbito econômico, uma das características apontadas por Thomas Christ e Claudia von Selle (2012, p.05) que o diferenciam de outros mercados econômicos diz respeito à forma como as transações se processam e a grande quantidade de participantes próprios a esse setor.

Em relação aos atores, no presente tópico, foi possível destacar algumas de suas peculiaridades, inexistentes em outros mercados. No que tange às transações, o valor e o preço da obra de arte compõem um grande fator de diferenciação em relação a outros produtos. Dessa forma, o tópico seguinte apresenta a diferença entre a composição do valor e a do preço do objeto artístico.

1.2.1 O valor da obra de arte

Partindo de uma análise voltada ao próprio objeto, a arte faz surgir um mercado no qual a visão de mundo, a compreensão e a aceitação das partes são envolvidas por um enfrentamento de cores, uma dança de palavras, uma nota de satisfação, ou seja, no qual imperam sentimentos, emoções e opiniões.

Assim, a compra de uma obra de arte não é motivada pela utilidade prática do objeto em questão. A sua demanda é, normalmente, amparada pela estética, pelo investimento ou pelo prazer. Nesse sentido, uma das peculiaridades da arte funda-se nas motivações de sua aquisição. Enquanto objetos únicos, são adquiridos para fins de satisfação, investimento ou educação, o que faz com que qualquer deficiência de qualidade, como por exemplo a autenticidade, seja dificilmente percebida de maneira objetiva (SIEHR, 1996, p.28).

Por conseguinte, as mesmas razões que tornam a arte objeto de apreciação e de pujança desejável, tornam-na sucumbente às fraquezas humanas. O que motiva e o que desperta os conflitos no mercado da arte é o alto valor envolvido nas negociações. O valor, muitas vezes inestimável, de um objeto artístico traduz a ânsia

humana pelo contato com aquele elemento real, mas ao mesmo tempo inalcançável, capaz de alçar seu adquirente ao mundo das cifras exorbitantes.

Nesse mundo, surgem os mais diversos conflitos e litígios. Roubo cinematográficos, falsificações imperceptíveis e disputas transnacionais pelo patrimônio histórico compõem o cenário de um mercado que não condiz com a aura carregada pela atividade artística.

Destaque-se que alguns dos conflitos foram objeto de filmes, como “*Woman in Gold*”, dirigido por Simon Curtis, sobre a batalha judicial enfrentada por Maria Altmann a fim de recuperar as obras de sua família saqueadas pelos nazistas. No Brasil, o livro “A Arte do Descaso”, de Cristina Tardáguila, aborda o roubo nas dependências do Museu Chácara do Céu, ocorrido no Rio de Janeiro, em 2006. Segundo a autora, foram levados dois quadros de Picasso, um de Claude Monet, um de Henri Matisse e outro de Salvador Dalí, totalizando uma perda de dez milhões de dólares (TARDÁGUILA, 2016, p.13-14).

A obra de arte é bem infungível absoluto, como assevera Gadamer (2010, p.177) com as seguintes palavras: “[...] a obra de arte é insubstituível. Isto permanece verdadeiro mesmo na era da reprodutibilidade em que nos encontramos, na qual as obras de arte do tipo mais elevado vêm ao nosso encontro em uma qualidade de cópia extraordinariamente boa”. Dessa forma, o tratamento do mercado revela-se ainda mais complexo, tendo em vista a singularidade e a dificuldade de se delimitar o valor dos seus objetos.

Constata-se, assim, que a avaliação sensorial das obras, enquanto um dos elementos de grande destaque na composição de seu valor, torna difícil sua mensuração. Na mesma linha, o artista Keith Tyson traduz a dificuldade em se considerar objetivamente o valor de uma obra. De acordo com ele, o valor da arte não pode ser comparado àquele de ouro e diamantes. Tudo o que não seja arte tenta lhe vender outra coisa, enquanto a arte tenta lhe vender você mesmo. E, isso é o que torna esses objetos tão fascinantes, pois a arte é o que faz a vida valer a pena ser vivida (THORNTON, 2008, p.37).

Apesar de ser uma opinião artística acerca do valor da obra de arte, ela apresenta uma importante fonte para o presente estudo. O artista compõe um elemento central na cadeia econômica da arte. Suas ideias refletem não só emoção,

mas oferecem um arcabouço relevante no tocante ao papel da subjetividade como variável intrínseca e característica a esse sistema econômico.

Pode-se afirmar que a obra de arte, mesmo concebendo seu universo particular e singular, faz parte de um microssistema do mercado econômico no qual exerce certa influência. Em outras palavras, é possível sustentar que ela cria um ambiente próprio para as trocas comerciais, mas, ao mesmo tempo, possui alguma influência na economia como um todo. No entanto, a influência é difícil de ser mensurada, tendo em vista o alto grau de subjetividade relativo à sua precificação.

Nesse sentido, Claudio R. Barbosa (2008, p.185), levanta o fato de que o maior empecilho para se delinear as características econômicas dos objetos abarcados pela propriedade intelectual é a complexidade de apontar, tanto seu valor individual, quanto seu valor de maneira global para o sistema em que está inserido.

Compreende-se, assim, que, mesmo gerando um mundo estético fictício, a arte também congrega um mercado econômico bastante peculiar. Suas características fundamentais se embasam sobre uma estrutura paralela ao mercado em geral, na qual a precificação não se enquadra nos parâmetros convencionais.

Dessa forma, o objeto artístico, considerando apenas as belas artes, diferencia-se dos demais produtos a partir de várias características de ordem objetiva. Em primeiro lugar, pode ser comparado a uma invenção, pois é singular, original e oriundo de um processo criativo. Em segundo lugar, o seu processo de criação é marcado por deseconomias que restringem a capacidade produtiva. Em terceiro lugar, o seu processo de valoração depende da cooperação de uma série de agentes. E, por último, não há um componente financeiro que impulsiona sua inovação (ZORLONI, 2013, p. 1109).

Nesse sentido, é possível avaliar a cadeia produtiva que envolve um objeto de arte e verificar como, do mesmo modo que elementos objetivos e subjetivos o distinguem dos demais, seu processo produtivo é completamente distinto de outros objetos com valor econômico.

Conforme apontado anteriormente, a obra de arte distingue-se dos demais objetos no mercado econômico por ser insubstituível. Assim, apresenta-se de maneira singular, criada a partir da inovação com viés subjetivo e não tecnológico. Além do mais, como será observado adiante, a sua valorização depende também de uma série de agentes da cadeia econômica.

Na linha de pensamento de David de Ugarte (1997, p.29), os artistas sempre buscam se diferenciar dos demais. A linguagem da arte é a inovação. E, atualmente, essa característica aparenta ser bem mais acentuada. Diante da diversidade das obras e, ao mesmo tempo, da singularidade de cada uma, aliada à busca por inovação é possível ressaltar a ausência de uma uniformidade no mercado.

Para o autor, não há um único mercado da arte, mas uma ramificação da importância que as obras exercem gerando em torno de si complexas estruturas. A constatação de que não existe um mercado único de arte, mas diversos mercados quanto obras existentes, parece ser óbvia. Em cada mercado singular, haverá, de acordo com o número de obras, ofertas mais ou menos inelásticas que dependem de seu valor social. No mundo da arte, o entrelaçamento informal de críticos, galeristas, historiadores, museólogos, consultores, especialistas, diretores de fundações e patronos de organizações, que contribuem para formar uma opinião mais ou menos unânime, apresenta um fator decisivo nos valores alcançados no mercado (UGARTE, 1997, p. 20).

Convém destacar ainda, a partir do entendimento do economista, que a dificuldade de se delimitar a estrutura do mercado da arte também recai sobre a grande quantidade de elementos que podem compor a valoração de seus objetos. Entre os principais elementos, ele destaca as opiniões de indivíduos renomados no ramo. Dessa forma, é inegável que a subjetividade, inerente às opiniões, compõe grande parte da valoração de uma obra.

1.2.1 O Preço da Obra de Arte

Ressalte-se, todavia, que, apesar do valor singular da obra de arte, a composição do seu preço não é necessariamente realizada de maneira arbitrária. Para Michael Findlay (2012, p.522), pelo menos, cinco elementos são considerados na hora de se estabelecer o preço a ser pago, os quais são: procedência, condição, autenticidade, exposição e qualidade.

O fator procedência refere-se ao histórico de antigos detentores de determinada obra. Quando vendidas por *marchands*, por galerias ou por casas de leilão, as obras de arte devem vir acompanhadas de uma lista dos seus antigos proprietários. Uma pintura, por exemplo, que compusera uma exibição importante ou

que integrara o acervo de distinto museu terá maior índice de valorização (FINDLAY, 2012, p.522). Cabe ressaltar, ainda, que essa variável é capaz de influenciar mais fortemente a venda de obras com qualidade modesta ou intermediária, com uma influência estimada de 15% sobre o valor final (FINDLAY, 2012, p.550). Dessa forma, não há que se rechaçar o papel da opinião do comprador em relação à importância dos antigos proprietários no momento de estabelecer o valor. Essa informação poderá claramente majorar o preço final do objeto.

O segundo influenciador, a condição, indica o papel do estado da obra na composição do preço final. A avaliação, normalmente, depende de profissional que atue nas áreas de conservação ou de restauração de obras artísticas (FINDLAY, 2012, p.562). Destaque-se que trabalhos em péssimas condições podem ser vendidos com uma desvalorização de 40% em relação ao valor normalmente atribuído às obras intactas do mesmo artista (FINDLAY, 2012, p.576). Sendo assim, a integridade compõe grande parte do valor final, revelando não apenas uma característica exigida por compradores de obras de arte, mas de grande parte dos objetos de consumo.

A autenticidade, por sua vez, é um dos elementos mais importantes na valoração do objeto. A simples dúvida em relação à sua autoria é capaz de retirá-lo do mercado. Nesse sentido, trabalha-se com uma perspectiva binária de integração da obra às transações, ou é autêntica e possui valor, ou é falsificada e deve ser retirada de circulação (FINDLAY, 2012, p.591). Além disso, conforme demonstrado anteriormente, o fato de ser insubstituível torna o elemento da autenticidade indispensável à manutenção da obra no mercado.

Com relação à exposição, quanto mais reconhecida e aclamada pelo público, mais cara será a obra artística (FINDLAY, 2012, p.646). Dessa forma, o local onde a obra é exposta apresenta-se como fator de forte influência na valoração. Integrar um museu renomado que recebe milhares de visitas todos os dias, por exemplo, agrega grande valor à obra em questão, pois se admite que ela se torna amplamente difundida entre os indivíduos, integrantes ou não do universo artístico.

Finalmente, a qualidade revela-se como o fator mais subjetivo da avaliação. No entanto, características como dominar a técnica, execução clara e autoridade de expressão são elementos que se aplicam à mensuração de qualidade de qualquer obra, independentemente do estilo ou do objeto (FINDLAY, 2012, p.661).

Deve-se, ainda, somar aos elementos mencionados anteriormente um último capaz de agregar valor à obra de arte, ou seja, a sua escassez. Ela influi fortemente na valoração do objeto, tendo em vista que a raridade é o que há de melhor quando a arte é vendida (FINDLAY, 2012, p. 240).

Apesar da existência de certos elementos objetivos na determinação de preço de uma obra, é notável que o caráter subjetivo e apelo estético sensorial ainda possuem grande parte de influência valorativa.

Por fim, relevante mencionar o entendimento do economista David de Ugarte, no tocante à imprevisibilidade e à ausência de mecanismos unicamente objetivos na precificação. Segundo ele, é muito difícil prever, com segurança, o preço que será atribuído a uma determinada obra, principalmente em virtude da ausência de transparência no setor e sua propensão a práticas de evasão fiscal. Há uma série de variações nos gostos de potenciais de consumidores ao longo do tempo (UGARTE, 1997, p.33-34).

Dessa forma, o autor acrescenta à complexidade de se valorar as obras de arte a pouca transparência do mercado respectivo. Compreende-se, assim, que há assimetria de informações entre os integrantes dessa estrutura econômica, que pode ser percebida por meio da dificuldade em se prever elementos objetivos de valoração das obras, assim como pela constante variação de opinião de seus consumidores.

A questão da assimetria de informações também é levantada por Gareth Fletcher (2017, p.172), mas a partir de uma perspectiva de relação entre vendedor e comprador de obra de arte. De acordo com ele, o *knowledge asymmetry*, que impera nesse mercado, impossibilita, normalmente, que o comprador de um objeto artístico conheça todo o seu histórico, incluindo sua procedência, se lícita ou ilícita. Estimula-se, desse modo, a constante utilização do mercado para a prática de atividades ilegais e a facilidade de movimentação de obras roubadas, por exemplo.

Nesse sentido, a falta de transparência, além de ensejar a ausência de previsibilidade quanto à composição final do preço da obra de arte, também consiste em um fator facilitador da prática de ilícitos por meio das transações de obras de arte.

1.3 Suscetibilidade do mercado a práticas ilícitas

Os objetos de arte são comumente associados a virtudes, seja em alusão ao senso estético de belo do artista ou ao seu senso político de reflexão sobre as mazelas sociais. A partir de qualquer ângulo que se utilize para definir “arte”, ele normalmente produzirá visões associadas a características boas dos seres humanos que a produzem. Entretanto, raramente o senso comum compreende como o mercado de arte é propício à prática de condutas ilícitas.

O seu crescimento nas últimas décadas do século XX, principalmente a partir da década de 1960, transformou-se em um meio lucrativo para os membros do crime organizado (TARDÁGUILA, 2015, p. 72). Nesse sentido, o incremento da expressividade econômica de um mercado, cujas engrenagens são pouco difundidas, tornou-se um dos fatores de atração primordiais para práticas ilícitas.

Frise-se também que, aliada a essa complexidade, a dinâmica pouco conhecida do funcionamento do mercado facilita a adoção de práticas à margem da legalidade e da ética presentes na sociedade. Nessa linha, aponta Mara Wantuch-Thole (2015, p.4), que uma das razões para a consolidação do comércio ilegal de objetos culturais está enraizada nas próprias tradições do mercado da arte. As transações são, tradicionalmente, realizadas secretamente e com base em *gentleman informality*, proporcionando, assim, meios ideais para introduzir antiguidades adquiridas de forma ilegal nessa seara econômica.

Diversas condutas ilícitas permanecem, assim, por anos, sem serem descobertas ou sancionadas. No Brasil, mencione-se que a polícia federal, no escandaloso processo da Lava-Jato, apreendeu diversas obras de arte utilizadas como parte de um intrincado processo de lavagem de dinheiro. Atualmente, 38 delas integram a exibição “Obras sob a guarda do MON”, no Museu Oscar Niemeyer, em Curitiba (MUSEU OSCAR NIEMEYER, 2017).

Na Europa, o bilionário Yves Bouvier, marchand e proprietário da empresa tradicional de armazenamento de obras de arte, a *Natural Le Coutre*, foi preso preventivamente em Mônaco. O empresário foi acusado de integrar um antigo esquema de lavagem de dinheiro com o russo Dmitry Rybolovlev, dono de clube de futebol no mesmo país, além de fraudar os valores nas transações de obras, a fim

de aumentar as suas comissões. Entretanto, foi liberado, após o pagamento da fiança de dez milhões de euros (THE ECONOMIST, 2015).

Os exemplos mencionados aludem à ausência de uma regulação estatal eficiente para coibir as práticas ilícitas de entes presentes no mercado da arte. Diante disso, o entendimento de que essa seara não possui qualquer tipo de regulação, e que nem poderá vir a ser regulada, apresenta-se de maneira unânime na sociedade.

Ao descrever o evento pioneiro do *Responsible Art Market* (RAM), em Genebra, Rosanne Mc Donnell (2017, p.22) comentou a palestra proferida pelo promotor suíço Jean-Bernard Schmid, da seguinte forma: “He stated that criminal do not target the art market as such, but the art market has a number of characteristics which make it easier compared to other businesses to launder money”.

Sendo assim, a presente dissertação, após pesquisas sobre as causas dessa suscetibilidade do mercado à entrada de criminosos, gerou três categorias principais: razões estruturais, razões vinculadas ao próprio objeto de arte, além das razões de escolha econômica por parte dos criminosos.

1.3.1 Razões estruturais

No tocante às razões estruturais, incluem-se aquelas relacionadas à organização do mercado e às suas características principais, bem como às questões políticas que influem de maneira externa na sua estruturação.

Nas últimas décadas do século XX, houve intenso crescimento do mercado de arte, tornando-se um meio lucrativo para o crime organizado. Estima-se que o comércio de objetos de arte saqueados, roubados ou contrabandeados, apresentasse, atualmente, entre 4,5 e 6 bilhões de dólares ao ano (SANDAGE, 2009, p. 08). Tendo em vista que o comércio mundial de arte alcança, em média, 45 bilhões de dólares ao ano (POWNALL, 2017, p. 26), as transações ilegais corresponderiam a 10% do volume total de vendas nesse mercado econômico.

Além disso, questões como a abertura de fronteiras, melhoria dos meios de transporte e instabilidade política, tornam os países vulneráveis à perda de seu patrimônio histórico. Na mesma linha, de acordo com o site da *International Criminal Police Organization* (Interpol), “The illicit trade in works of art is sustained by the

demand from the arts market, the opening of borders, the improvement in transport systems and the political instability of certain countries” (INTERPOL, 2017).

Instabilidade política, corrupção, além da falta de recursos para controlar as fronteiras e fornecer segurança a sítios arqueológicos e a museus, pertencentes a países em desenvolvimento, tornam-nos vulneráveis à perda do seu patrimônio cultural. Estima-se que 4.000 objetos foram saqueados de museus do Iraque, durante a Guerra do Golfo, além de que os lucros obtidos com o comércio das obras foram utilizados para armar grupos insurgentes. Todavia, países desenvolvidos também não estão imunes aos crimes. Países como França, Polônia, Rússia, Alemanha e Itália apresentam-se como grandes alvos de roubos de arte e antiguidades em coleções privadas, locais de adoração e museus (SANDAGE, 2009, p. 8).

Além disso, o mercado de arte e antiguidades é verdadeiramente internacional e envolve altos valores, tornando-o vulnerável à lavagem de dinheiro. Objetivando afastar a verdadeira origem de sua riqueza, organizações criminosas utilizam-se do mercado lícito de arte e antiguidades para lavar o dinheiro ilícitamente adquirido. Nesse sentido, o mercado ilícito é permeado por uma mistura de organizações criminosas sofisticadas, ladrões individuais, negociadores de meio-período e colecionadores inescrupulosos. Deve-se destacar ainda que o comércio depende, em grande extensão, da conivência consciente ou alheia de indivíduos legitimados e instituições, como casas de leilão e negociadores de antiguidades (SANDAGE, 2009, p. 9).

Portanto, pode-se resumir essa categoria, como sendo o potencial econômico do setor, bem como a facilidade de adentrá-lo sem a devida regulação estatal. Além disso, deve-se enfatizar o que foi apontado anteriormente a respeito da existência de características próprias, como o sigilo enraizado.

1.3.2 Razões vinculadas ao próprio objeto de arte

Em relação ao próprio objeto de arte, além dos benefícios estéticos que proporciona, ele pode se apresentar como algo bastante rentável. São commodities com altos valores agregados, pouco protegidas, difíceis de identificar e fáceis de transportar. O tráfico de arte e antiguidades proporciona aos criminosos uma

oportunidade para negociarem commodities rentáveis e fáceis de transportar para compradores desconhecidos, bem como para membros do mercado da arte alheios à origem ilícita do material (SANDAGE, 2009, p. 9).

Um único objeto de arte é facilmente convertido em milhões. Nesse sentido, cabe destacar que o investimento em obras de arte possui um aspecto dual. Por um lado, são bens de consumo duráveis, dos quais podem ser extraídos benefícios estéticos e não financeiros. Por outro lado, são simultaneamente ativos que podem gerar retornos financeiros a longo prazo.

Deve-se destacar ainda que as práticas ilícitas referentes a objetos de arte também já foram utilizadas para firmar uma posição política, como menciona o autor A.J.G.Tijhuis (2009, p.735). O quadro “The Guitar Player”, de Vermeer foi roubado da Kentwood House, em Londres e usado como moeda de troca para libertação de membros do Ira aprisionados. Da mesma forma, foram levadas 19 pinturas da casa de Sir Alfred Beit na Irlanda e, em troca, os ladrões solicitaram a libertação de dois indivíduos participantes da mesma entidade terrorista.

Todavia, essa não é a única modalidade em que obras de arte são usadas para estimular o terrorismo. Como uma valiosa obra pode ser rapidamente convertida em milhões, muitos roubos a museus são realizados como forma de obter financiamento para redes terroristas.

1.3.3 Razões de escolha econômica dos criminosos

Uma terceira categoria da suscetibilidade do mercado a práticas ilícitas diz respeito à escolha econômica dos próprios criminosos. O autor Simon Mackenzie (2008, p. 160-163) utilizou um modelo econômico denominado modelo de Albanese que mede a atratividade de um mercado para o crime organizado, de acordo com as categorias de oferta, regulação, competitividade e demanda, o que ele aplicou ao mercado de arte.

Avaliando a categoria de oferta, o autor identifica que antiguidades são, geralmente, pequenas, fáceis de transportar e escassas. Em relação aos indicadores de regulação, avaliou que, em muitos países, não há necessidade de se obter uma licença de negociação, além de que a legislação é pouco eficiente para conter as práticas nesse âmbito econômico. Dessa maneira, outros crimes,

considerados mais graves pelo governo local, afastam a atenção em relação a essas práticas no mercado de arte. Ressalta ainda que o nível de corrupção em um país também é atraente para o crime organizado nesse mercado (MACKENZIE, 2008, p.161).

No que concerne aos indicadores de competitividade, aponta que os mercados atraentes para organizações criminosas oferecem as antiguidades a baixo custo (MACKENZIE, 2008, p.162).

Por fim, o indicador da demanda atesta o mercado da arte como sendo pouco elástico. Nesse sentido, os preços não acompanham a oferta, pois, na maior parte das vezes, os compradores são movidos pela fascinação em relação aos objetos, e não pela sua quantidade no mercado (MACKENZIE, 2008, p.163).

Portanto, a própria estrutura do mercado de arte e seus componentes fazem surgir um ambiente atraente para os membros do crime organizado. Nele, são encontrados bens valiosos e fáceis de transportar, além de pouco fiscalizados, que podem ser rapidamente vendidos àqueles compelidos pelo seu valor estético.

Conclui-se, assim, que a facilidade de circulação, bem como a utilização da internet simplifica a comunicação e as transações a serem realizadas. Do mesmo modo, a existência do sigilo, convencionado entre os membros da arte, apresenta-se como ideal para aqueles que praticam as condutas ilícitas. Por fim, a inexistência de legislação estatal específica voltada ao setor e que seja capaz de conter essas condutas, mantém ativa a indústria bilionária de roubos de obras de arte e sua utilização indevida para o financiamento do crime organizado e terrorismo.

1.4 Problemas mais recorrentes no mercado

Conforme já reiterado ao longo do capítulo, o mercado de arte é permeado por condutas ilícitas. Dessa forma, o objetivo do presente tópico é reunir as práticas mais comuns e difundidas, com foco nas áreas mais suscetíveis desse setor, a fim de, posteriormente, compreender de que maneira atua o *compliance* diante desses ilícitos.

1.4.1 Autenticidade

A falsificação de obras de arte constitui uma prática reiterada no mercado de arte. No entanto, os problemas relacionados à autenticidade envolvem mais aspectos do que a falsificação propriamente dita. É preciso compreender, assim, que há diversas espécies de categoria quando se trata de problemas relacionados à autenticidade de uma obra.

De maneira bem didática, ao tratar do problema da falsificação no mundo da arte, a exposição “*Fakes and Forgeries*” do *Victoria and Albert Museum*² em Londres, trouxe a diferenciação entre os termos utilizados em inglês *fake*, *copy*, *misattribution*, *forgery*, *fraud* que dizem respeito a problemas concernentes à autenticidade (WIPO, 2011, p.03).

O *fake* corresponde a um objeto já existente e autêntico, mas ao qual foi atribuído uma característica falsa, como uma assinatura ou uma indicação histórica com a intenção de fraudar e agregar valor. A cópia, por sua vez, consiste em uma réplica de obra já existente ou que imita o estilo de determinado artista. *Misattribution*, por sua vez, não corresponde a um ilícito, mas a atribuição equivocada e de boa-fé de autoria a uma obra. *Fraud* corresponde à intenção que o indivíduo possui ao tentar influenciar as pessoas a acreditarem que algo é verdadeiro com propósitos ilícitos. *Forgery*, por sua vez, é a criação de uma obra e posterior atribuição irreal de autoria (WIPO, 2011, p.03).

² What is a fake? ... an object that has been tampered with – e.g. a signature has been added or false indications of the object’s history have been introduced with the intention to defraud and increase the item’s value.

What is a copy? ... a direct replica of a pre-existing work or a work that imitates or was created in the style of a given artist. If the work is in the public domain, it is not illegal to make a copy of it provided there is no attempt to deceive or make anyone believe it is an original work. To reproduce a contemporary work protected under copyright law requires the permission of the artist whose work is being copied.

What is misattribution? ... this arises when a mistake is made in determining the original artist of a work and typically occurs when works have been restored and original details masked. This is considered a genuine mistake as there is no intention to deceive.

What is a forgery? ... an object that is created from scratch with the intention to deceive – it is a fraudulent imitation of an existing work.

What is fraud? ... “the act of making people believe something is not what it really is for criminal benefit.” (WIPO, 2008, p. 3)

1.4.2 Livre concorrência

O abuso de poder econômico no mercado de arte não configura um tema bastante abordado, mesmo assim há inúmeras notícias relatando possíveis restrições à concorrência. Além disso, é possível mencionar alguns casos que se tornaram exemplos latentes a respeito das práticas de condutas de dominação do mercado.

A *Sotheby's* e a *Christie's* são as maiores casas de leilão de *fine arts* do mundo. Ambas foram fundadas no século XVIII e possuem filiais ou escritórios de representação no mundo inteiro (COMMISSION OF THE EUROPEAN COMMUNITIES, 2002, p.5-6).

A autoridade de Defesa da Concorrência na União Europeia (ECN) verificou que as instituições adotaram práticas colusivas e acordos continuados relativos a preços e condições de vendas nos leilões, violando o art. 81(1) do *Treaty Establishing the European Community* e o art. 53 do *EEA Agreement*. Estima-se que as práticas iniciaram em 30 de abril de 1993, sendo cessadas em fevereiro de 2000 (COMMISSION OF THE EUROPEAN COMMUNITIES, 2002, p.14).

Para o caso, o mercado relevante de produto foi considerado o de leilão de belas artes, enquanto o geográfico foi delimitado como sendo o mundial. Nessa linha, a Comissão verificou que o *market share* das instituições atingia 90% do mercado mundial de leilão de *fine arts* e 45% do mercado da *EEA (European Economic Area)* (COMMISSION OF THE EUROPEAN COMMUNITIES, 2002, p.14).

Entre outras práticas, as duas casas acordaram na fixação de novo parâmetro para se delimitar o *seller's commission*, no monitoramento de suas ações e na fixação de juros mínimos para empréstimos a compradores (*European Economic Area*) (COMMISSION OF THE EUROPEAN COMMUNITIES, 2002, p.5).

Nos Estados Unidos, as instituições foram condenadas nas áreas cível e penal, o que ainda resultou em júri federal de um dos diretores (ASHENFELTER; GRADDY, 2013, p.15).

Também nos Estados Unidos, já foram enfrentados outros casos, mas relacionados às *Authentication Boards*. Essas instituições possuem legitimidade reconhecida pelo mercado e se declaram as únicas responsáveis para comprovar a autenticidade de obras de determinado artista. No entanto, nem sempre possuem mecanismos de julgamento acessíveis, claros e transparentes para o público.

Destaque-se alguns artistas que possuem exclusivos *authentication boards*: Basquiat, Calder, Lichtenstein, Pollock, Rembrandt e Warhol (WEBER, 2014).

Dessa forma, por se declararem as únicas entidades legitimadas para aferir a autoria da obra, muitas *authentication boards* têm sido acusadas de praticar condutas anticoncorrencias.

O primeiro caso envolvendo temática antitruste, *Vitale v. Marlborough Gallery*, foi ajuizado nos Estados Unidos, em 1993. Em 1969, Joan Vitale, negociante de arte, adquirira uma obra de Jason Pollock em um leilão na Pensilvânia. Posteriormente, com o objetivo de vendê-la, foi aconselhada a requisitar aprovação da viúva de Pollock, Lee Krasner. Após o encontro, a senhora pediu que retornasse um dia depois, quando, na verdade, o esperava a procuradoria do distrito de *Manhatan* para encaminhar a obra a uma investigação criminal. Após 5 anos, conseguiu-a novamente, no entanto, descobrira que havia sido listada como falsificação no catalogue *raisonné* de Pollock. Mesmo assim, tentou vender a obra quando foi advertido de que deveria obter autenticação por parte de uma das três entidades, a *Marlborough Gallery*, a *Krasner Foundation* ou o *Krasner Committee*. Após acionada a justiça norte-americana, foi admitida a viabilidade dos argumentos de que haveria possível monopólio de mercado pelas entidades, tendo em vista a existência de um submercado de Pollock. No entanto, a ação havia prescrito (WEBER, 2014).

O caso *Simon-Whelan v. The Andy Warhol Foundation* enfrentado pela justiça norte-americana abordou, entre outras questões, o monopólio de mercado de agentes no setor de autenticação de obras de arte. Em 2007, o colecionador de arte Joe Simon-Whelan ajuizou ação contra a organização sem fins lucrativos responsável pela autenticação e reconhecimento das obras do artista Andy Warhol, a *Andy Warhol Art Authentication Board, Inc. ("Board")*, além da *Andy Warhol Foundation for the Visual Arts, Inc. ("Foundation")*. Sua ação foi motivada por duas negativas de autenticação, carimbadas atrás de um quadro, adquirido com a devida documentação, no valor de U\$195.000 (LACY, 2011, p.187). O autor alegou que as instituições possuíam um acordo para restringir no mercado das obras de Warhol, o qual a Fundação monopolizava. Sendo assim, o "*Board*", em sintonia com a Fundação, negara a procedência da obra como uma maneira de desvalorizá-la e,

consequentemente, diminuir a quantidade de originais no mercado e, assim, valorizar aquelas em sua propriedade (SWIFT, 2014, p. 263).

Todavia, o pedido relacionado à infração à livre concorrência não foi atendido, para o qual a justiça determinou a seguinte sentença:

The court held that the plaintiff had standing on his monopolization claim because he was a would-be competitor in the market for authentic art by Andy Warhol. But the court held that Simon-Whelan lacked standing on his conspiracy price-inflation claim because he was not a consumer of art sold by the Andy Warhol Foundation for the Visual Arts" (SWIFT, 2014, p. 263).

Entretanto, alguns autores, como o próprio Edgar Swift discordam da aplicação das teorias estáticas ao mercado da arte. Para o autor, a análise binária da corte, de apenas poder enquadrar o requerente enquanto competidor ou consumidor, é insuficiente para aferir a complexidade das estruturas do mercado da arte (SWIFT, 2014, p. 264).

Por fim, convém ressaltar que as instituições de reconhecimento das obras de arte não participam diretamente do mercado da arte, mas sim das entidades suporte. No entanto, o processo de autenticação possui grande valor para o mercado secundário, tendo em vista que afasta as práticas de *forgery* e os erros de atribuição de autoria, oferecendo maior segurança às transações (LACY, 2011, p.189). Portanto, o processo de autenticação enquanto mecanismo de redução de assimetria de informações torna-se bastante relevante e imprescindível. Destaque-se que a autoria é um dos elementos essenciais das obras de arte tendo ganhado importância apenas a partir da importância do indivíduo com o Renascimento (ABBING, 2002, p.26).

Os professores Marcilio Franca Filho e Inês Soares (2018) destacaram ainda um outro caso relacionado ao monopólio do mercado. De acordo com eles, o artista visual Robert Cenedella acionou o Judiciário americano contra diversos museus entre eles, Metropolitan, Whitney, MoMA, Guggenheim e New Museum of Contemporary Art. Alegou que os museus mencionados selecionam apenas determinados artistas, sempre provindos das mesmas galerias, curadores ou representantes, com o intuito de delimitar o mercado.

Portanto, a livre concorrência no mercado de arte não pode ser encarada enquanto absoluta. Os problemas devem ser enfrentados de modo a impossibilitar,

inclusive, que determinadas condutas agridam o acesso à cultura, por intermédio de dominação do mercado.

1.4.3 Financiamento do Terrorismo e Lavagem de Dinheiro

Um terceiro ponto que merece destaque no que concerne às práticas ilícitas mais comuns no mercado de arte é a sua utilização como meio para financiar o terrorismo e para a lavagem de dinheiro.

No início de 2018, a polícia de Barcelona, na Espanha, prendeu dois negociantes de arte, suspeitos de integrarem um grupo controlado pelo grupo terrorista ISIS, enquanto tentavam vender objetos culturais saqueados na Líbia (DELOITTE, 2018, p.04). Entretanto, constitui apenas um entre vários casos que vêm ocorrendo, principalmente envolvendo objetos saqueados em países situados dentro de regiões conflituosas.

Nessa linha, Bojan Dobovšek indica que, normalmente, grupos terroristas se concentram em locais repletos de antiguidades ou próximos a sítios arqueológicos, em situações de vulnerabilidade, da seguinte forma:

Areas where terrorists groups are based tend to be full of antiquities still buried in unexcavated archaeological sites. Antiquities are cheap and may be sold at full value with only a fake provenance. Antiquities are easy to smuggle through organised crime trade routes, passing them off as modern fakes, like tourist souvenirs. Antiquities can even be sold on eBay (2009 p. 1075).

Em relação ao financiamento do terrorismo, não há mais dúvidas em relação à sua existência disseminada no mercado. A grande questão recai sobre a forma como contê-lo ou impedi-lo atualmente (DELOITTE, 2018, p.04). Nesse sentido, já é pacífico considerar essa atividade ilícita como recorrente no mercado de arte. Resta, assim, atentar para as causas do setor que atraem com facilidade os criminosos.

O documento *Guidelines on Combatting Money Laundering and Terrorist Financing* (2017), da entidade *Responsible Art Market*³, antes de traçar meios úteis à prevenção desse ilícito, apresenta a seguinte explicação a respeito de como ocorre o financiamento do terrorismo por intermédio de mecanismos do mercado de arte:

³ Tanto a entidade, quanto o documento, são abordados no Capítulo 03 da dissertação.

Terrorist financing refers to activities that provide funds or financial support to individual terrorists or terrorist groups enabling them to carry out their deadly actions. Even if such funds have a legitimate origin, the purpose for which they are used is illicit. Those seeking to finance terrorism resort to the same strategies, schemes and covert operations that money launderers employ to disguise the intended illicit purpose of the funds and anonymize the beneficiaries (RESPONSIBLE ART MARKET, 2017).

O documento destaca, assim, pelo menos três elementos que caracterizam o financiamento ao terrorismo sem atrelar necessariamente a uma definição específica do mercado da arte. De acordo com ele, 1) são atividades que proporcionam financiamento e fundos; 2) facilitam a preparação ou a prática das ações terroristas; 3) o financiamento não necessariamente tem uma origem ilícita; 4) todavia, o propósito é sempre ilícito; 5) utilização das mesmas estratégias, esquemas e operações obscuras para cobrir a intenção ilícita dos fundos e tornar anônimos seus beneficiários.

Dessa maneira, o objeto não necessariamente precisa ter sido roubado. Conforme aponta o trecho do documento acima destacado, o que caracteriza a atividade de financiamento do terrorismo recai, primordialmente, sobre a finalidade e não sobre a origem dos recursos obtidos com a venda de arte.

Em relação à lavagem de dinheiro, conforme já foi demonstrado anteriormente, trata-se de problema recorrente em todo o mundo, inclusive fortemente presente no Brasil. Um dos primeiros passos para o combate é justamente a transparência nas transações em um ambiente no qual se privilegia o segredo nas transações. Desse modo, o documento *Guidelines on Combatting Money Laundering and Terrorist Financing* (2017a), do Responsible Art Market, expõe de maneira acessível como ocorre a lavagem de dinheiro e que medidas podem ser tomadas para se evitá-la:

Money laundering is the process by which proceeds of crime are « cleaned » i.e. introduced into the legitimate economy to disguise their illicit origin, with notably the aim to prevent their confiscation by law enforcement authorities. To launder the proceeds of criminal activities, such as human trafficking, forced prostitution, drugs, extortion, corruption, white collar crime, armed robbery and theft, criminals use multiple economic operations to introduce these illicit funds into the financial system. Such operations include purchasing and selling currencies and investing in luxury items, real estate, art and similar high value items in attempts to disconnect the proceeds from the illicit activities by which they were acquired. Money launderers rely on anonymity and deception to cover their tracks, disguise the origin of their funds and hide the real purpose behind their business and transactions. Any person or entity involved in business operations aimed at laundering money

can be charged with committing a criminal offense (RESPONSIBLE ART MARKET, 2017).

A lavagem de dinheiro ocorre, normalmente, embasada sobre o anonimato, escondendo a real origem dos seus recursos. Para isso, o dinheiro oriundo de atividades ilícitas é, normalmente, investido em artigos de luxo, principalmente objetos de arte.

2 FORMAÇÃO CONCEITUAL DO COMPLIANCE

No capítulo 01, foi trilhado o início do caminho para se compreender a manifestação do *compliance* no mercado de arte. Nesse sentido, foi estudado com mais cautela o objeto da pesquisa, foram investigadas as peculiaridades que colaboram para a estruturação do mercado de arte, as características que o tornam suscetíveis a determinadas práticas ilícitas, bem como seu posicionamento à margem da regulação estatal.

Um segundo passo na pesquisa é necessário ainda, antes de compreender a manifestação do *compliance* nesse ambiente específico. Em outras palavras, é preciso tentar alcançar o seu conceito que, muitas vezes, é apresentado de forma bastante difusa e nebulosa.

O termo *compliance* vem sendo bastante utilizado atualmente, tanto no âmbito acadêmico quanto na advocacia. Em todos os ramos jurídicos, há discussões e novidades contínuas sobre a temática, além de que cada vez mais juristas se interessam pelo assunto e tentam aplicá-lo ao cotidiano empresarial. Dessa maneira, vem ocorrendo uma verdadeira revolução do *compliance* como denominou o advogado e autor norte-americano Geoffrey Parsons Miller (2017, p. 440).

A compreensão do *compliance* de maneira interna ao mercado de arte, entretanto, pressupõe preliminarmente a compreensão de seu conceito na atualidade, tanto sob o ponto de vista dos entes privados que o implantam como da doutrina especializada. O presente capítulo direciona-se, assim, a essa discussão, bem como à construção de categorias e de um conceito próprio do termo capaz de agregar diferentes visões sobre a temática.

2.1 Origens e Acepções do Termo *Compliance*

*Compliance*⁴ é, normalmente, traduzido como “conformidade, observância, complacência ou submissão” (CUNHA; SOUZA, 2018, p. 93). A expressão também deriva do verbo em inglês *to comply*, o qual indica a ação de cumprir algo.

⁴ Até o momento de finalização da presente dissertação, não havia ocorrido uma tradução oficial disseminada no país, o que motivou a manutenção do termo em itálico ao longo do texto.

Resumidamente, um programa de *compliance*⁵ é voltado ao cumprimento da lei. Todavia, mesmo sendo suficiente para esclarecer o conceito, é ineficiente para demonstrar como referidos programas são estruturados (MENDES; CARVALHO, 2017, p. 31).

Na mesma linha, o autor Ivó Coca Vila, ao tratar a respeito do tema no âmbito do direito penal atesta a insuficiência da extensão gramatical da palavra. De acordo com ele, “Literalmente, *Compliance* podría ser traducido como <<Cumplimiento>>, pero nada nuevo aporta si simplemente viene a indicarnos que también las empresas em el ejercicio de su actividad deben ajustarse al Derecho Penal” (2013, p.54). Segue afirmando que “Nadie negará que el Derecho, desde siempre, há tendido, tiene y tendrá la pretensión de que los destinatarios de sus normas las cumplan. Sin embargo, los defensores del *Compliance* alegan que no sólo significa conformidad a Derecho” (2013, p.55).

A insuficiência da tradução literal do termo para envolver todos os seus aspectos práticos é latente, gerando uma certa pacificidade no universo doutrinário. O termo *compliance*, de acordo com a concepção do autor, é muito mais rico e complexo do que sua tradução e origem gramatical.

Portanto, afirmar que o *compliance* reduz-se à aceção de cumprir normas, além de não indicar seu conceito de forma prática, abarca apenas um único espectro. Nesse sentido, é imprescindível ir além das explicações redutoras e verificar como é ampla a sua abrangência.

A fim de iniciar essa verificação, interessante apresentar um conceito inicial trazido por Geoffrey Parsons Miller (2017, p. 03-04), a partir da visão interna de uma empresa. De acordo com o autor, *compliance* consiste em uma forma de controle interno. E o conceito de controle interno indica que uma organização bem administrada seja aquela em que ativos e recursos atendem eficazmente aos seus propósitos.

Sendo assim, destrinchando o pensamento do autor, essa função constitui uma espécie de controle interno nos entes privados, destinada a contribuir para a melhor aplicação dos recursos. Em outras palavras, indica uma tentativa de a

⁵ Conforme será demonstrado em seguida, programas de *compliance* não exaurem o conceito de *compliance*, o qual é mais abrangente. Entretanto, como alguns autores os utilizam como sinônimos, suas ideias são utilizadas no processo de construção do conceito no presente capítulo.

empresa reduzir os custos com litígios, processos judiciais, administrativos e de arbitragem.

Deve-se destacar ainda que, conforme será apresentado mais adiante, o fato de ser um controle interno não implica a sua vinculação apenas a normas internas. Na verdade, diz respeito a condutas internas estarem em conformidade com regras de várias origens, sejam elas de caráter estatal, produzidas dentro da própria empresa ou até mesmo diretrizes de outros entes privados ou internacionais.

Interessante perceber um ponto levantado pelo autor Marcos Assi, ao iniciar seu livro afirmando que é comum se questionar da seguinte forma atualmente: “Você está em *compliance*?” (2018, p.16). A partir desse questionamento, poderia-se deduzir que o *compliance* corresponde a um estado no qual se encontra determinada entidade, estado de cumprimento ou não cumprimento de normas e regras. Compreende-se, nessa dissertação, que tratar o instituto apenas sob a abordagem de um estado é insuficiente para abranger todos os seus aspectos.

Entretanto, apesar de levantar esse questionamento e, de certa forma, abranger indiretamente um conceito sobre o *compliance*, o autor, posteriormente, em sua obra, apresenta uma acepção mais delineada, nos seguintes termos:

O compliance é um dos pilares da governança corporativa, juntamente com a confiança e transparência (disclosure); a equidade (fairness), sintetizada na lealdade dos administradores para com os interesses da companhia; e a prestação de contas (accountability), relacionada à exposição pública das contas aos interessados no negócio, bem como a responsabilização dos gestores e subordinados por qualquer ato praticado. Quando bem implementado e disseminado, o compliance promove:

- redução de custos com passivos judiciais;
- neutralização de riscos de sanções administrativas – por exemplo, autuações e multas;
- planejamento e redução da carga tributária do negócio;
- maior segurança jurídica nas relações comerciais com clientes, parceiros, fornecedores e stakeholders;
- conquista de maior credibilidade e bom relacionamento com os órgãos de fiscalização;
- proteção e melhoria da imagem institucional da empresa junto ao mercado, investidores e acionistas; e
- aumento da competitividade e lucratividade do negócio (ASSI, 2018, p.25).

Retoma-se, de uma certa forma, a teoria defendida pelo autor Geoffrey P. Miller, destacada anteriormente, acerca de o *compliance* possuir ampla conexão com os custos da empresa. Em outras palavras, de maneira preliminar, pode-se dizer que abrange a adoção de estruturas voltadas à prevenção de ilícitos e de práticas que possam resultar em posteriores processos judiciais, ressarcimentos ou indenizações, a fim de evitar custos das mais variadas naturezas, como custos

sociais, custos processuais, entre outros. Portanto, extrai-se desse pensamento que a prevenção consiste em um dos seus aspectos primordiais.

Entretanto, apesar de o aspecto preventivo ser uma característica marcante da figura do *compliance*, aponta Carla Veríssimo (2017, 91) que ele pode se apresentar tanto de maneira preventiva quanto reativa. Em seu viés preventivo, manifesta-se a necessidade de prevenir infrações legais, mas também relacionadas à reputação e aos riscos. No que tange à expressão reativa, compete à empresa investigar práticas ilícitas, bem como aquelas que violem regras internas, aplicando as medidas necessárias e enviar as apurações às autoridades competentes.

O conjunto de medidas a serem implantadas, assim, tanto do aspecto preventivo como do reativo também ostentam particularidades a serem incorporadas na construção de um conceito de *compliance* que fuja dos seus limites gramaticais apontados anteriormente.

Cabe enfatizar ainda que, normalmente, a concretização de medidas do *compliance* é disseminada dentro da instituição e não centralizada em uma única pessoa ou em apenas um setor, mas a distribuição, geralmente, não é tão óbvia e varia de acordo com cada organização (MILLER, 2014, p. 05).

Além disso, é difícil limitar as áreas específicas nas quais essa espécie de regulação incide. O termo *compliance* é abrangente por sua própria natureza, indicando uma generalidade de condutas internas da empresa voltadas ao cumprimento de normas emanadas pelos mais diversos setores e voltadas à proteção de bens distintos. Entretanto, é importante perceber que, mesmo diante da generalidade, o *compliance* possui uma característica preventiva muito forte, ou seja, todos os programas e estruturas que o qualificam são voltados à prevenção de condutas ilícitas ou não condizentes com aquilo que se espera do setor em que atua.

Por exemplo, determinados entes podem possuir departamentos de *compliance* com atuação mais forte na área de tributário e ambiental. Ademais, as medidas utilizadas por cada ente, conforme o autor mencionou acima, variam também de acordo com a finalidade que se almeja atingir.

De acordo com Wagner Giovanini (2014, p.21), as empresas já apresentam, há algum tempo, medidas contra alguns temas principais, como por exemplo, Departamentos de RH para aplicação de leis trabalhistas, Departamentos

Financeiros e Contábeis para avaliar as legislações tributárias, Departamentos de Gestão Ambiental para conter riscos ao meio ambiente, entre outros. Entretanto, temáticas como lavagem de dinheiro, corrupção e antitruste apenas ganharam mais relevância e atenção atualmente. Dessa forma, é comum associar o *compliance* apenas a essas matérias, apesar de, na verdade, envolver uma gama de outros assuntos.

Importante mencionar a explicação do autor Wagner Giovanini, a qual resume o que foi demonstrado anteriormente, bem como acrescenta o sentido além do cumprimento regras, mas de respeito à ética da instituição. De acordo com ele, um dos reflexos do *compliance* (2014, p. 20), é o cumprimento de leis, bem como de regras internas e externas à organização. Nesse sentido, o *compliance* não se resume ao cumprimento da legislação, mas almeja conformidade com a ética, moral, transparência e os princípios da empresa, tanto na realização de transações, quanto no comportamento cotidiano de todos os seus colaboradores.

De acordo com o que se pode extrair do pensamento do autor, o *compliance* compreende, portanto, a adoção de condutas que estejam de acordo não apenas com o Estado de Direito, mas também com outras espécies de regras que não integram a ordem legal especificamente, podendo ter origens diversas. Parte, assim, do próprio ente privado a escolha a respeito de quais regras serão levadas em consideração em sua atuação cotidiana.

Com uma linha de pensamento que tangencia a temática, pode-se elencar o que os autores Renato Silveiro e Eduardo Saad-Diniz, ao trataram do *compliance* criminal, ressaltam a impossibilidade de se reduzir a nova “cultura do *compliance*”, firmada em melhores práticas e em mecanismos de governança corporativa, à mera conformidade com a legislação. “A instituição de deveres no âmbito corporativo também diz respeito aos incentivos às novas práticas empresariais, buscando fomentar, por meio de regulamentação jurídica, um verdadeiro novo padrão de mercado” (SILVEIRA; SAAD-DINIZ, 2015, p.321).

Do mesmo modo, ao abordarem as origens do termo *compliance*, Rogério Sanches e Renee do Ó Souza tratam da sua abrangência no que tange a envolver não apenas normas estatais, mas também regras de outras origens, sejam elas morais, éticas, entre outras. De acordo com eles, a elaboração de leis internacionais, com especial atenção para a americana *FCPA-Foreign Corrupt Practices Act* e a

inglesa *UK Bribery Act*, responsáveis por estabelecer a necessidade de implantação de programas de conformidade, o termo *compliance* tornou-se, cada vez mais, popular nos setores econômicos, tendo adquirido um novo significado. Começou a ser visto como cumprimento das mais diversas espécies de normas, inclusive éticas e morais. Dessa forma, transformou-se em diretriz de atuação, conforme a moralidade e a honestidade (2018, p.93-94).

Nesse sentido, um novo aspecto já pode ser agregado à concepção atual do *compliance* e preliminar no desenvolvimento do presente capítulo. Além de estar voltado ao cumprimento de normas, tanto de modo preventivo quanto reativo, não se exaure nas demandas estatais, mas em regras das mais diversas origens, cabendo ao ente selecionar aquelas pertinentes à sua atividade. Essa nova concepção, que agrega a necessidade de cumprimento de regras de origens diversas, levanta um outro ponto relevante, no que diz respeito à maneira de estruturação de medidas que respeitem essas obrigações.

Rogério Sanches e Renee do Ó Souza, ao abordarem o *compliance* segundo a Lei Anticorrupção Brasileira, apontam para o fato de que uma das principais características é a sua mutabilidade no momento da implantação de medidas na prática. De acordo com eles, “como a gama de marcos regulatórios das atividades econômicas são variados, não é possível encontrar um modelo padrão de *Compliance*, pelo que, neste aspecto, sua aferição se dá caso a caso” (2018, p.93-94).

Sendo, assim, a impossibilidade de se conceber a concretização de medidas de *compliance* de maneira padrão - como um modelo único, apto a atender demandas dos mais diversos entes privados - reflete justamente a concepção atual do termo, de que está voltado ao cumprimento e respeito de diversos sistemas regulatórios, entre os quais o estatal apresenta-se apenas como um deles. Nesse sentido, apesar de não ser objeto do presente capítulo, o raciocínio gerado já se aplica na concepção do *compliance* no mercado de arte, que deverá agregar as características peculiares do setor estudadas no capítulo 01.

Na mesma linha, destacam Francisco Schertel Mendes e Vinicius Marques de Carvalho (2017, p.116) que não se pode imaginar a existência de uma única forma de se estabelecer um programa de integridade. Na verdade, deve-se pensar em diretivas gerais que necessitam de atualizações rotineiras e moldáveis a cada

empresa em particular. Destaque-se que essas medidas não devem ser consideradas inacabadas e intocáveis, mas devem garantir que a fiscalização seja realizada de maneira eficaz e que haja correções rápidas das condutas que infrinjam as leis.

Verifica-se aqui outro ponto relevante para a construção que vem sendo desenvolvida sobre o conceito de *compliance* no presente trabalho. Trata-se da maleabilidade de suas medidas concretas quanto à capacidade de enfrentar os problemas altamente variáveis na atualidade. Independentemente de como se conceba de forma concreta o *compliance*, ou seja, independentemente do aparato em que se manifeste, deverá ser primordialmente maleável.

Interessante perceber que, para alguns autores, referir-se a programas de *compliance* ou de integridade significa o mesmo que designar o próprio *compliance*, ou seja, seriam sinônimos (SANCHES; SOUZA, 2018, p.93). Conforme será observado posteriormente, na presente dissertação, optou-se por considerar os programas como um dos reflexos concretos do instituto do *compliance*.

Portanto, ao resumir as ideias apresentadas no presente tópico, poder-se-ia conceber o *compliance* enquanto mecanismo de controle interno que envolve práticas de respeito não apenas a normas estatais, mas a quaisquer outras normas, inclusive de caráter majoritariamente moral, como apontaram alguns autores anteriormente. Além disso, mesmo que a maior parte da doutrina considere o respeito ao *compliance* apenas internamente às estruturas da empresa, não necessariamente essas medidas se restringem a esse ambiente, podendo alcançar entidades públicas e privadas sem fins lucrativos.

Deve-se ressaltar ainda que, apesar de ter sido tratado exclusivamente como controle interno, ou seja, os programas de conformidade, o *compliance* possui uma outra forma de concretização, conforme será apresentado nos tópicos seguintes.

2.1.2 Realidade brasileira

No Brasil, o termo *compliance* é, normalmente, associado à Lei n. 12.846/2013, conhecida como a Lei Anticorrupção. Importante mencionar, entretanto, que, segundo observado no tópico anterior, ele não se restringe

unicamente a abranger o combate à corrupção, na relação entre Poder Público e entidades privadas.

De fato, o surgimento dessa legislação foi um grande marco para os programas de *compliance* no Brasil. Mesmo havendo debates anteriores e implementações nas empresas multinacionais, no âmbito brasileiro, o tema apenas adquiriu força, bem como surtiu efeitos além do setor jurídico-político, a partir da vigência da mencionada legislação (MENDES; CARVALHO, 2017, p.28).

De acordo com Francisco Schertel Mendes e Vinicius Marques de Carvalho (2017, p.116), as práticas de *compliance* voltadas ao combate à corrupção no país eram quase inexistentes antes da implementação dessa lei. Elas se restringiam apenas a empresas que realizavam negócios internacionais.

Referida lei é destinada a responsabilizar objetivamente as pessoas jurídicas, nas esferas administrativa e civil, que atentem contra a administração pública nacional ou estrangeira. Além disso, foi inspirada em documentos da OCDE, na Convenção da Organização das Nações Unidas contra a Corrupção, bem como nos documentos paradigmas do *compliance* no âmbito internacional, ou seja, a U.S FCPA e a U.K. Bribery Act (SILVEIRA; SAAD-DINIZ, 2015, p.183).

Deve-se, todavia, chamar atenção para o fato de que o dispositivo no qual se concentram todas as discussões sobre o *compliance* e o qual finca a sua estrutura basilar no ordenamento brasileiro é o VIII, art. 7º, com a seguinte redação:

Art. 7º Serão levados em consideração na aplicação das sanções:

(...)

VIII. A existência de mecanismos e procedimentos internos de integridade, auditoria e incentivo à denúncia de irregularidades e a aplicação efetiva de códigos de ética e de conduta no âmbito da pessoa jurídica.

Conforme destacam Rogério Sanches e Renee do Ó Souza (2018, p.95), a legislação utilizou o termo “programa de integridade” para apontar o *compliance*, entretanto, não delimitou a sua definição, revestindo-o de caráter de conceito jurídico indeterminado. Nesse sentido, a tarefa de definir os mecanismos restou ao Decreto nº 8.420, de 18 de março de 2015, nos seguintes termos:

Art. 41. Para fins do disposto neste Decreto, programa de integridade consiste, no âmbito de uma pessoa jurídica, no conjunto de mecanismos e procedimentos internos de integridade, auditoria e incentivo à denúncia de

irregularidades e na aplicação efetiva de códigos de ética e de conduta, políticas e diretrizes com objetivo de detectar e sanar desvios, fraudes, irregularidades e atos ilícitos praticados contra a administração pública, nacional ou estrangeira.

Parágrafo Único. O programa de integridade deve ser estruturado, aplicado e atualizado de acordo com as características e riscos atuais das atividades de cada pessoa jurídica, a qual por sua vez deve garantir o constante aprimoramento e adaptação do referido programa, visando garantir sua efetividade.

Além disso, a mesma norma destrincha ainda mais o termo, indicando quais os elementos do programa de integridade serão levados em consideração pelas autoridades públicas. Entre eles, a ênfase é dada aos códigos de ética e de condutas apresentados, conforme se extrai do seu art. 42⁶. Todavia, além dos instrumentos normativos, o poder público leva em consideração uma série de outros elementos como a disposição para o cumprimento dos deveres, por parte dos empregados e administradores; os treinamentos realizados de maneira constante; a verificação periódica de riscos e sua inclusão contínua nos instrumentos normativos; os controles internos; a transparência; meios acessíveis para realizar denúncias a respeito do descumprimento de normas internas e externa, entre outros.

Deve-se abrir aqui um parêntese para ressaltar relevante contribuição ao conceito de *compliance* que pode ser extraída do dispositivo mencionado. A redação do artigo concede especial atenção aos termos programas de integridade, bem como códigos de ética e de conduta. Conforme será observado no próximo tópico, os dois elementos consistem em reflexos concretos do *compliance*.

Retornando à Lei 12.846/13, deve-se ressaltar que a adoção desses mecanismos apenas atenua as penalidades aplicadas, mas a sua não observância não é tipificada como ilícito. Nesse sentido, ao tratar especificamente dessa norma, os autores Rogério Sanches e Renee Souza (2018, p. 112) destacam que o

⁶ Art. 42. Para fins do disposto no § 4º do art. 5º, o programa de integridade será avaliado, quanto a sua existência e aplicação, de acordo com os seguintes parâmetros:

(...)

II - padrões de conduta, código de ética, políticas e procedimentos de integridade, aplicáveis a todos os empregados e administradores, independentemente de cargo ou função exercidos;

III - padrões de conduta, código de ética e políticas de integridade estendidas, quando necessário, a terceiros, tais como, fornecedores, prestadores de serviço, agentes intermediários e associados;

(...)

compliance corresponde a uma espécie de *soft law*, pois não obriga as empresas a adotarem seus sistemas, mas apenas premia aquelas que o fazem. Ainda de acordo com eles, a norma contida no VIII, art.7º, “torna-se indutora de um comportamento social de natureza premial” (SANCHES; SOUZA, 2018, p.113).

Em relação aos programas de integridade, os autores Rogério Sanches e Renee do Ó Souza (2018, p. 99) ainda mencionam a importância para sua delimitação, o Estatuto das Empresas Estatais, a Lei 13.303/2016. Em seu art. 9º, incisos I a III, a norma estabelece algumas medidas que deverão ser adotadas pelas estatais para gestão de riscos e controle interno, como a implantação de práticas cotidianas de monitoramento da ação de administradores e empregados, um setor específico que monitore o cumprimento de regras e realize a gestão dos riscos e uma auditoria interna, bem como um Comitê de Auditoria Estatutário.

O mesmo dispositivo, em seu §1º, destaca a obrigatoriedade de se elaborar um Código de Conduta e Integridade que abranja regras de caráter axiológico, como princípios, valores e missão da estatal; diretrizes de como prevenir conflitos de interesse e atos de corrupção; setores internos direcionados à implantação do código, bem como sua atualização constante; meio de receber denúncias internas e externas a respeito do descumprimento do código e das normas de conteúdo axiológico; sanções no caso de violação ao código; treinamento periódico a respeito da gestão de riscos e do código para funcionários e administradores.

Deve-se destacar ainda que, para os autores mencionados anteriormente, programas de integridade equivalem ao *compliance*, apesar de não haver pacificação doutrinária em relação ao tema (CUNHA; SOUZA, 2018, p.93).

Além de sua natureza opcional, os programas de integridade apenas serão considerados no âmbito federal desde que haja apresentação de duas espécies de relatórios, de perfil e de conformidade, segundo a Portaria 909/2015 da CGU (MENDES; CARVALHO, 2017, p.119).

Uma outra lei relevante para o panorama do *compliance* no país é a Lei n. 9.613/98, ou seja, a Lei de Lavagem de Dinheiro. De acordo com Renato Jorge de Mello Silveira e Eduardo Saad-Diniz, ao contrário dos autores anteriores, o sistema de *compliance* no Brasil, com caráter predominantemente preventivo, surgiu com o advento dessa norma. Esta lei, ao obrigar pessoas físicas e jurídicas a manter registros sobre o seus clientes, bem como identificá-los e informar a respeito de

operações financeiras, contribuiu para a formação especificamente do *criminal compliance* (2015, p.180).

Levando-se em consideração a opinião apresentada, o *compliance* no Brasil teria fincado suas bases muito antes da Lei de Anticorrupção. É inegável, entretanto, que a sua disseminação é muito mais recente.

Atualmente, podem ser citadas outras normas importantes em relação aos tema, como a Resolução n. 4.595 de 28 de agosto de 2017 do BACEN, que dispõe sobre a política de conformidade (*compliance*) em instituições financeiras. Entre os seus dispositivos, no art. 6º, afirma a necessidade de que haja um setor autônomo voltado ao tema, desvinculado da auditoria interna da empresa, da seguinte forma “A unidade responsável pela função de conformidade, quando constituída, deve estar integralmente segregada da atividade de auditoria interna”.

Por fim, o autor Wagner Giovanini (2014, p.43) destaca ainda a Lei n. 8.429/92 que dispõe sobre improbidade administrativa, a Lei 10.467/2002 acerca da corrupção transnacional, a Lei n. 8137/90 sobre evasão fiscal, a Lei 9.613/98 dispendo sobre lavagem de dinheiro, além da Lei 12.527/2011, ou seja, a Lei da Transparência Pública, que atua como instrumento de controle social dos gastos públicos.

2.2 Manifestações Concretas do *Compliance*

A abordagem da realidade brasileira no tópico anterior, apesar de não poder ser utilizada como parâmetro geral, forneceu uma melhor compreensão da ponte entre o *compliance* e sua aplicação prática. Mesmo privilegiando-se a abordagem teórica na presente dissertação, há uma impossibilidade de desvincular completamente o tema abordado de sua aplicação prática. Nesse sentido, o tópico anterior em conjunto com o 2.1 auxiliou o processo de formação de mais elementos a comporem um conceito de *compliance*, com reflexos práticos.

No que tange à realidade prática do *compliance*, essa função é traduzida em uma série de instrumentos. Apesar de não ser possível identificá-los de maneira completa, as pesquisas conduziram à existência de duas estruturas da função *compliance*: os programas de *compliance/conformidade/integridade* e as

manifestações normativas como códigos de ética e de conduta. Nesse sentido, as duas formas serão analisadas em tópicos separados.

Conforme apresentado anteriormente, alguns autores consideram que os programas de integridade são equivalentes ao *compliance* (CUNHA; SOUZA, 2018, p.93). Entretanto, na presente dissertação, defende-se que os códigos de ética e de conduta, apresentados por algumas instituições, configuram importantes reflexos do instituto do *compliance*. Essa ideia é reforçada também por posições doutrinárias, demonstradas anteriormente, acerca de o *compliance* não estar voltado unicamente ao cumprimento de normas estatais, mas também de regras de diversas origens, inclusive de caráter moral e ético.

Relembrando que no primeiro tópico mencionou-se a questão dos controles internos em empresas, mas não houve maiores incursões sobre quais são as manifestações concretas do *compliance*. Após reflexões e pesquisas, verificou-se que os dois aparatos de manifestação concreta do *compliance* são as categorias, a seguir, descritas.

2.2.1 Programas de Compliance (conformidade ou integridade)

Uma das formas com as quais se pode tratar concretamente do *compliance* corresponde aos programas. Eles consistem em uma maneira de organização concreta das atividades de determinada instituição, voltadas ao cumprimento dos mais diversos tipos de normas.

Além disso, importante mencionar que, de acordo com Scott Killingsworth, (2014, p.01), inicialmente, “corporate compliance programs augment state oversight by performing tasks that governments lack the resources or the line-of-sight to do efficiently”. Os programas de *compliance*, como será observado em um tópico específico, adquiriram roupagem um pouco mais diferente a partir da aquisição de maior autonomia por parte dos entes privados. Entretanto, o modelo inicial e, de uma certa forma, que predomina no Brasil é o de incentivo do Estado para que sejam adotadas medidas de atuação, em áreas nas quais o poder público não consiga atuar.

A fim de compreender um pouco a forma como esses programas são colocados em prática, o presente tópico apresenta alguns elementos que são

considerados em sua estruturação, com base em posições doutrinárias especializadas no tema.

Avaliando-se, a partir de seus aspectos quotidianos, de acordo com Wagner Giovanini (2014, p.47-48), os programas de *compliance* devem considerar três elementos responsáveis pelo desencadeamento de condutas ilícitas ou impróprias no âmbito da empresa, a fim de estruturarem medidas aptas a enfrentá-las. São eles: atitude/racionalização; incentivo/pressão; oportunidade.

Atitude/racionalização dizem respeito à capacidade de determinado indivíduo apresentar justificativas para seu comportamento inadequado, como, por exemplo, quando justifica sua conduta, afirmando que todo mundo agiu da mesma forma. Nesse sentido, o autor aponta que esse elemento pode ser excluído à medida que a empresa reforça, constantemente, seus princípios, sua cultura e seus valores (GIOVANINI, 2014, p. 48).

Em relação ao segundo elemento, incentivo/pressão, deve-se perceber que algumas condutas inadequadas são realizadas, após as metas em excesso e responsabilidades acima da capacidade dos funcionários. Dessa forma, a fim de evitar atitudes impróprias, devem ser estipuladas metas alcançáveis, bem como os exemplos de agir correto devem partir da própria liderança (GIOVANINI, 2014, p. 49).

Por fim, o terceiro elemento, a oportunidade, diz respeito à possibilidade de os agentes se envolverem com fraude, corrupção e outras condutas ilícitas, diante apenas de uma conjuntura propícia. Portanto, é preciso que a empresa apresente mecanismos de prevenção e repreensão, com a finalidade de inibir qualquer oportunidade para a prática de condutas indesejáveis (GIOVANINI, 2014, p. 49).

Compreende-se, assim, que as três categorias de elementos correspondem, a uma espécie de direcionamento sobre as situações que devem ser combatidas, antes que se tornem eficazes para proporcionar a práticas de condutas ilícitas dentro de entes privados. É nítida a presença de um certo aspecto genérico na forma como o tema é abordado pelo autor, sendo inclusive propício à aplicação dentro do mercado de arte. Não há qualquer menção a atividades econômicas específicas exercidas pelos entes privados em relação ao tema, mas uma assunção de elementos que facilitam a práticas de condutas ilícitas de modo geral.

Esses elementos podem ser agrupados ainda em diversos tipos de modelos de programas de *compliance*. Wagner Giovanini apresenta três espécies de programas de *compliance*. O primeiro apresenta um foco na prevenção (2014, p.50), o segundo é focado em melhoria contínua e o terceiro diz respeito ao que se denomina na presente dissertação de modelo livre (2014, p.52-53).

O primeiro modelo, com foco na prevenção, é estruturado em três pilares: prevenir, detectar e corrigir. O segundo modelo, focado em melhoria contínua, é realizado com base no “ciclo PDCA (Plan, Do, Check e ACT), alinhado com conceitos definidos por especialistas como Walter A. Sheward” (GIOVANINI, 2014, p. 51). O terceiro e último modelo foi denominado por esse trabalho de modelo livre. A denominação foi atribuída devido ao fato de o autor indicar a possibilidade de existência de outros modelos não enquadrados nas categorias anteriores. De acordo com ele, “outra abordagem, contudo, não menos respeitável, é criar algo próprio com bases relativamente novas, tal como, internalizar, sensibilizar e garantir a excelência” (GIOVANINI, 2014, p.52).

Da mesma forma como foi ressaltado em relação aos elementos, aparentemente o tratamento genérico com o qual foi empregado para abordar os diversos modelos de *compliance* não impede sua aplicação ao mercado de arte, desde que adaptado às peculiaridades do cotidiano das entidades do mercado da arte. Nesse sentido, um modelo voltado à prevenção pode ser aplicado, tanto em casas de leilão, como em galerias, para se evitar transações com o intuito de lavar dinheiro, por exemplo. Sendo a prevenção um dos importantes pilares do *compliance*, é fácil perceber que qualquer modelo terá em sua composição esse objetivo.

De acordo com Ivó Coca Vila (2013, p.55), a organização do *Compliance* se baseia em sete pilares: 1) Cultura de cumprir; 2) Pré-estabelecimento de objetivos empresariais; 3) Avaliação dos riscos; 4) Adoção de medidas necessárias para conter os riscos; 5) Delimitação dos âmbitos de competência; 6) Sistemas internos de comunicação; 7) Sistemas de supervisão e sanção.

O autor apresenta assim um roteiro de como estruturar um programa de *compliance* que atenda às especificidades de cada ente privado. Nele, é possível perceber a presença tanto da prevenção quanto da repressão, bem como da necessidade de se planejar e concretizar as medidas dentro de um planejamento.

Nesse sentido, poder-se-ia afirmar que a estruturação do programa se inicia pela conscientização interna dos indivíduos que integram a instituição, bem como daqueles com os quais se realiza negócios.

Em seguida, devem ser delineados os objetivos a serem alcançados. Nesse ponto, devem ser selecionadas as normas que devem ser cumpridas de forma compulsória, bem como aquelas regras de origens diversas das estatais, às quais a instituição almeja se ater. Apenas desse modo, pode-se delinear de forma objetiva a maneira com a qual a instituição deve ser conduzida.

O terceiro aspecto que deve ser levado em consideração na elaboração de um programa é a avaliação de riscos. Nesse sentido, a entidade deve averiguar, com honestidade e transparência, as condutas ilícitas mais propensas a serem instigadas, tanto internamente quanto no âmbito de uma transação. Dessa forma, devem ser consideradas as oportunidades, elemento suscitado por Wagner Giovanini, que geram esses riscos e o momento mais propenso de sua ocorrência. Importante ressaltar que, no capítulo 01, foram apontados os principais riscos aos quais estão sujeitos os entes do mercado da arte, ou seja, a lavagem de dinheiro, o financiamento do terrorismo, problemas concernentes à autenticidade, deturpação da livre concorrência, entre outros.

Os tópicos 05, 06 e 07 envolvem, então, a concretização de medidas aptas a enfrentar os riscos mencionados, bem como de cumprimento das normas às quais está sujeita a entidade. Nesse momento, deve-se escolher o modo pelo qual o sistema de monitoramento de atividades deve ser realizado dentro de uma empresa, se haverá um departamento exclusivo ou se ficará a cargo de um profissional já atribuído de outras funções, por exemplo. Ainda, deve haver mecanismos eficazes de comunicação de condutas irregulares, bem como regras claras quanto ao descumprimento de medidas.

Carla Veríssimo (2017, p.276-277), por sua vez, menciona um modelo adotado por Engelhart, estruturado em três colunas, cada uma com três espécies de ações. Para a autora, a primeira coluna diz respeito à “Formulação”. Nessa etapa, são analisados e detectados os riscos, bem como definidas medidas de prevenção, valores da empresa, além da construção de uma estrutura de *compliance*. Na segunda coluna, ocorre a “Implementação”, ou seja, a comunicação e os processos de incentivo para se aderir ao programa. Por fim, a última coluna é denominada

“Consolidação e Aperfeiçoamento”. Nessa etapa, devem ser aplicadas medidas de investigação de violações ao *compliance*, assim como análises contínuas para o aperfeiçoamento do programa.

Importante destacar que a avaliação contínua foi apresentada por Wagner Giovanini enquanto modelo de programa de *compliance*. De acordo com o que foi apresentado pela autora, é possível perceber que, na verdade, a avaliação contínua pode constituir apenas um dos elementos do programa de *compliance*. Deve-se, nesse sentido, acrescentar esse elemento às etapas de estruturação de um programa de conformidade apresentadas, de forma irretocável, pelo autor Ivo Coca Vila e destrinchadas anteriormente. Nesse sentido, deve constituir a última etapa de um programa, voltado a constantemente aperfeiçoá-lo.

Deve-se ressaltar, inclusive, que a avaliação contínua está amplamente conectada à importante característica do *compliance*, detectada no capítulo anterior, ou seja, a maleabilidade. Ela caracteriza o *compliance* como sendo moldável às necessidades do ambiente em que está inserido, sempre voltado a aperfeiçoá-lo e adaptável às suas constantes modificações e diversidade de sistemas regulatórios. Nesse sentido, uma avaliação contínua dentro de um programa de *compliance* é voltada justamente a concretizar essa característica do *compliance*, tornando o programa de conformidade apto a responder de forma rápida às várias mudanças que ocorrem de maneira contínua e aos diversos sistemas regulatórios existentes.

Apesar da pluralidade de programas elencados, deve-se ressaltar “(...) a necessidade de o modelo refletir a cultura da empresa e, não simplesmente, uma cópia de exemplos existentes” (GIOVANINI, 2014, p. 50). No mesmo sentido, pode-se apontar que inexistente um modelo pronto de programa de conformidade que atenda a todas as empresas de maneira uniforme. Como ele deve estar arraigado na cultura da empresa naturalmente, em constante contato com todos os setores, deve ser um reflexo do tamanho, dos riscos e da complexidade da organização em que está inserido (MENDES; CARVALHO, 2017, p.127)

Portanto, os programas de *compliance* não podem apresentar uma definição fechada, do mesmo modo que o conceito do próprio *compliance*. Trata-se de um instituto que deve amoldar-se às necessidades do ente que o implanta, sempre direcionado a cumprir normas das mais diversas naturezas que a ele sejam aplicadas.

Importante perceber que essa organização em *compliance*, como destaca o autor Coca Vila, não se apresenta de maneira opcional para alguns tipos de empresas. Todavia, não é devido a um caráter compulsório, mas pela necessidade de se evitar elevados custos posteriormente. Segundo ele, o sentido de não se organizar em *compliance*, para uma empresa, seria a decisão mais fácil e irresponsável. Colaboradores e diretores estariam, dessa forma, sujeitos quotidianamente a várias espécies de responsabilidades - na seara cível, penal, laboral, administrativa, entre outras, resultado infrações recorrentes ao ordenamento jurídico. Além de considerar o efeito negativo na reputação da empresa, quando toda infração cometida adquirisse ampla publicidade (VILA, 2013, p.55).

Por fim, deve-se mencionar que, para Carla Veríssimo (2017, p.274), programas de *compliance* são, em sua maior parte, estruturados dentro de empresas de médio e grande porte, em virtude dos altos custos envolvidos na sua implementação. Dessa forma, empresas menores passam a desenvolver estruturas mais simples, que não necessariamente configuram programas de *compliance*.

Ressalte-se, finalmente, que, apesar de muitos dos autores citados restringirem suas pesquisas ao âmbito das empresas, nada impede que os programas de *compliance* sejam adotados dentro de instituições sem fins lucrativos, a exemplo dos museus, conforme será observado no capítulo seguinte.

2.2.2 Expressão Normativa: Códigos de Ética e de Conduta

O *compliance*, além de poder ser estruturado em diversos modelos de programas, também pode ser concretizado de uma segunda forma, no âmbito normativo, a partir da construção de códigos de conduta, de ética, ou de outros documentos com nomenclaturas diversas. Referidos mecanismos normativos integram um espectro amplo de incidência, pois podem ocorrer tanto dentro do âmbito de uma instituição, como dentro de organismos de caráter transnacional.

Dessa forma, o *compliance*, na presente dissertação, passa a agregar mais uma característica capaz de compor seu conceito. No tópico 2.1, a análise de algumas características deixou em aberto a questão do suporte fático em que se exerce o *compliance*, apesar de os autores terem tratado exaustivamente a respeito de sua existência enquanto controles internos nas empresas. Desse modo, o

compliance se manifesta concretamente por meio dos programas internos de conformidade e, conforme será visto, por códigos de ética e de conduta.

Necessário esclarecer que, apesar de a expressão normativa ter sido tratada de forma apartada dos programas de *compliance* no presente trabalho, não implica que haja uma completa separação entre ambos. De acordo com Wagner Giovanini (2014, p. 137), o código de conduta corresponde a elemento primordial em programas de *compliance*. Além disso, são responsáveis por definir as diretrizes de comportamento dentro de uma empresa. Devem demonstrar os valores da organização, podendo ser detalhados ou mais generalistas (GIOVANINI, 2014, p. 137).

Nesse sentido, é preciso observar a importância do documento para a estrutura de uma empresa ou entidade. Seu valor não é apenas simbólico, pois deve fornecer referências que serão atendidas, na prática quotidiana, por todos os entes da organização, independentemente da hierarquia (GIOVANINI, 2014, p. 137).

Entretanto, a sua efetividade e aplicação concreta dependem do empenho de todos na organização, tendo como exemplo o mais alto escalão. Além disso, deve ser claramente comunicado, a fim de que todos o compreendam de maneira simples (GIOVANINI, 2014, p. 138).

Ao tratar do *compliance* empresarial, Geoffrey Miller aponta para o fato de que esses instrumentos são elaborados dentro do ente privado, a fim de transformar normas e regras em diretrizes mais simples. De acordo com o autor, o departamento de *compliance* tem como uma de suas atribuições traduzir as regras produzidas pelos mais diversos ordenamentos e atores de regulação. Essa tradução deve ocorrer para *standards* que induzam comportamentos e que possam ser compreendidos por todos aqueles sem real interesse ou sofisticação no direito. Além de que devem servir como meio de monitoramento dentro da organização (MILLER, 2017, p.440).

Importante destacar que, conforme será visto no próximo capítulo, os códigos de ética e de conduta não necessariamente possuem uma origem interna ao ente no qual será aplicado. Eles podem ter tanto uma origem interna, na própria empresa, quanto uma origem externa, ao serem construídos por entes privados ou entidades transnacionais para serem aplicados a outras entidades. Entretanto, para integrarem

uma estrutura de *compliance*, é essencial que sejam internalizados por determinado ente privado.

Nessa linha, importante mencionar os códigos de conduta globais que surgiram no cenário internacional no início dos anos 1970, diante do antagonismo de relações entre as empresas multinacionais e os Estados, particularmente em países em desenvolvimento. Vinte e cinco anos depois, o cenário se modificou, muitos governos mudaram de composição e de ideologia, inclusive no que tange a essas empresas. Organizações não governamentais expandiram seus negócios e ativismo relacionados às multinacionais. E, finalmente, o sentido, os métodos e as motivações para a elaboração dos códigos de conduta se modificaram, alargando, como também potencializando, o seu papel e o seu impacto nas relações internacionais (KLINE, 2002, p. 39).

Desde a década de 1970, os códigos de conduta globais têm adquirido cada vez mais espaço, em virtude da proliferação de entidades privadas e de caráter não governamental. É nítido observar que o *compliance* também é disseminado nessa nova estrutura global, na qual entes privados, aos poucos, conquistam mais espaço e mais poder em relação à sua capacidade de organização fora da regulação estatal.

Normalmente, são os seguintes temas que integram um código de conduta: a) respeito à legislação; b) promoção do respeito à imagem da empresa; c) definição de conflitos de interesses; c) diretrizes para o relacionamento com *stakeholders*, mais especificamente, clientes, fornecedores e mercado; d) segurança da informação e propriedade intelectual; e) conformidade nos processos e nas informações; f) questões específicas e importantes, como respeito ao meio ambiente, saúde, segurança do trabalho, assédio moral e sexual, corrupção, lavagem de dinheiro, fraude, entre outros (GIOVANINI, 2014, p. 138).

Nesse sentido, é nítido concluir que esses códigos não são imutáveis, devendo ser submetidos a constantes atualizações. Todos os temas que foram citados como exemplos sofrem modificações de entendimento e alterações em legislações específicas, sejam de caráter público ou privado. O que apenas atesta a conclusão elaborada anteriormente a respeito da característica presente de maneira muito forte no *compliance*, ou seja, a sua mutabilidade e rapidez para acompanhar mudanças globais.

2.3 *Due diligence* e *Risk Based Diligence*

Após delinear algumas importantes características do *compliance*, bem como sua manifestação concreta, é importante esclarecer também a relação de diferenciação com alguns outros conceitos, aos quais normalmente está atrelado. Apenas assim, pode-se tentar alcançar uma conceituação que diferencie o termo do meio em que está inserido.

Ao elaborar pesquisas sobre *compliance*, tanto dentro como fora do mercado de arte, é comum encontrar muitas referências ao termo *due diligence*⁷. Apesar de haver raríssimas explicações acerca do alcance preciso do termo, inicialmente, é preciso compreender que não diz respeito a um sinônimo de *compliance*.

“Due diligence é um termo que, traduzido ao português, significa diligência prévia. Compreende um conjunto de atos investigativos que devem ser realizados antes de uma transação entre empresas” (ASSI, 2018, p.40). Mesmo não sendo sinônimo de *compliance*, as ferramentas de *due diligence* podem integrar tanto os programas de integridade quanto os próprios códigos de conduta.

Marcos Assi apresenta uma série de perspectivas práticas acerca da *due diligence*, definindo-a como passos de investigação em processos de fusão e aquisição de empresas, por exemplo. O autor resume o conjunto de procedimentos que envolve as mais diversas áreas, afirmando que sua finalidade é “descobrir os esqueletos no armário”, apontar riscos que podem afetar o meio social, bem como permitir ao comprador acesso a informações suficientes para uma tomada de decisão consciente (ASSI, 2018, p.78).

É possível perceber como o foco da *due diligence* é justamente a atividade preventiva, da mesma forma que o *compliance*. Reitere-se, não são sinônimos, pois a *due diligence* pode ou não integrar um programa de integridade.

No que tange ao risco, a autora Carla Veríssimo (2017, p.282-283) demonstra o caráter indispensável de sua detecção por estruturas de *compliance* e monitoramento, mesmo que ele seja mínimo. Nesse sentido, o GAFI (Grupo de Ação Financeira Internacional) estipula a simplificação das medidas e não sua extinção.

⁷ Da mesma forma que *compliance*, ao termo *due diligence* não se atribui uma tradução oficial, o que motiva sua utilização em inglês.

Na mesma linha, a ISO 19600 e o Guia Internacional para os Programas de *Compliance*, não admitem o *noncompliance* nas hipóteses de baixo risco.

Além disso, é importante destacar que “Sem avaliação continuada de riscos não há como saber 1) se o risco foi corretamente avaliado como baixo; e 2) se não houve modificação na situação ou circunstâncias, de forma a aumentar o risco” (VERÍSSIMO, 2017, p. 283).

No mundo corporativo, risco está associado à incerteza do cumprimento de algum objetivo ou na probabilidade de perda de algo material ou intangível. “Os riscos de *Compliance* diferem de acordo com as empresas, seus mercados de atuação, tipos de produtos, serviços e soluções, “stakeholders” com quem se relacionam, etc” (GIOVANINI, 2014, p. 62).

A Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico ou Económico (OCDE) possui diversos documentos a respeito da *due diligence* nas mais diversas áreas. Entre eles, pode-se mencionar o *OECD Due Diligence Guidance for Responsible Business Conduct*. O documento cobre os seguintes tópicos (OCDE, 2018, p.10): direitos humanos, relações de emprego, meio ambiente, extinção do suborno e da extorsão, interesses dos consumidores e informação privilegiada. Por sua vez, é voltado para todas as espécies de relações negociais da empresa, seja com fornecedores; franqueadores; *joint ventures*; investidores; clientes; contratantes; consumidores; consultores, legais, financeiros, entre outros; bem como Estados ou entidades não estatais ligadas a operações de negócios, produtos e serviços (OECD, 2018, p.10).

É possível perceber que *due diligence* reflete o que foi afirmado anteriormente a respeito do *compliance*. Ambos possuem uma grande amplitude em relação à sua projeção, ou seja, tanto o *compliance* como *due diligence* correspondem a medidas a serem tomadas dependendo do caso concreto e das normas as quais os sujeitos se submetem.

2.4 *Compliance* e Autorregulação

No mesmo sentido do tópico anterior, é essencial estabelecer a relação entre autorregulação e *compliance*, em virtude de os conceitos, muitas vezes, apresentarem-se de maneira muito próxima quando tratados em conjunto. Além

disso, o contexto atual, em que se insere o crescimento do foco nas medidas de *compliance*, diz respeito a uma tendência mundial de regramentos fora do ente estatal. Ao tratar da importância do *compliance* no ordenamento jurídico, é impensável não o analisar a partir do ponto de vista estatal, em face de sua manifestação, enquanto regulação, por parte dos entes privados.

No início das pesquisas para a elaboração da presente dissertação, acreditava-se que o *compliance* fosse uma manifestação pura e simples de condutas autorregulatórias. Conforme será verificado a seguir, esse instituto vincula-se de certa forma a modalidades autorregulatórias, por parte de entes privados, mas não é o que o define. Não se pode afirmar que haja identidade entre esses dois conceitos.

Inicialmente, cabe delinear esse contexto atual de tendências de regulação fora do ente estatal, como aponta Bridget Hutter. De acordo com ela, paralelamente à mudança na maneira de regulação estatal, tem havido uma ampliação no conceito da própria regulação. O crescente reconhecimento das limitações do direito público levou os governos e os especialistas a voltarem a atenção para métodos alternativos regulatórios. Assim, a atividade regulatória não é mais considerada como domínio exclusivo do Estado, tendo os atores não estatais ganhado papel relevante nesse setor. Algumas fontes não estatais são recentes, mas muitas delas já existem há muito tempo. Entretanto, o que é atual é o crescente reconhecimento dessas fontes alternativas como regulação, bem como sua crescente coordenação com as atividades estatais (2006, p. 02).

Conforme se pode extrair do pensamento acima colacionado, as modalidades de regulação fora do ente estatal sempre existiram. Entretanto, atualmente, elas passaram a ser mais reconhecidas pelos Estados e a se difundirem com mais facilidade. Em relação ao *compliance*, as fontes oficiais apoiam declaradamente as medidas e concedem incentivos para que elas sejam implantadas, pelo menos essa é a realidade no ordenamento brasileiro, como se observou em tópicos anteriores.

Nessa linha, apontam os autores Francisco Schertel Mendes e Vinicius Marques de Carvalho (2017, p.31) que a razão pela qual o ente público concede incentivos à implantação de programas de *compliance* está relacionada à ideia de compartilhamento de suas atividades e benefícios com os entes privados. Toda a população se beneficiará diante de estímulos concedidos pelo poder público, no que

tange à redução da responsabilidade, para que as empresas estruturem mecanismos de cumprimento da legislação.

Os autores seguem ressaltando que o Estado não abandona seu papel, todavia permite que os agentes privados possuam uma atuação mais forte na observância da lei, gerando incentivos para as empresas que implementem programas eficientes de *compliance* (MENDES; CARVALHO, 2017, p. 31). Nessa linha, já é possível inferir que o *compliance* tem amplo apoio estatal, não configurando uma medida exclusiva e alheia às atividades regulatórias oficiais.

Convém ressaltar que o apoio estatal a essa espécie de regulação, partindo dos entes privados, surge como forma de suprir a impossibilidade atual de os Estados atuarem em alguns setores. Nesse sentido, “La especialización y la profesionalización por sectores de actividad, así como la complejidad de las estructuras organizativas y los correspondientes modelos de gestión haría absolutamente inviable sistemas generales de heterorregulación” (VILA, 2017, p. 46). O mercado da arte, inclusive, pode ser considerado como setor específico sobre o qual o Estado possui pouco conhecimento e poder regulatório

Portanto, a complexidade das atividades e relações na atualidade demandam atuações de fiscalização e regulação mais precisas, as quais o Estado é incapaz de prover sem auxílio. De acordo com Ivó Coca Vila (2013, p.46-47), o impulso à autorregulação pelo próprio poder público significa um incremento de sua regulação, tornando-a mais precisa e específica, e não uma completa desregulação do setor privado.

Como o *compliance* não condiz perfeitamente com um estado de autorregulação, o autor Ivó Coca Vila (2013, p.48) aborda em seu texto três possibilidades de regulação penal nas quais o *compliance* pode atuar. De acordo com ele, pode integrar sistemas de autorregulação regulada ou correção; de metarregulação; ou de autorregulação pura ou voluntária.

A autorregulação regulada ocorre quando a regulação estatal sobre as empresas incorpora esses entes privados no processo regulatório, mas de forma subordinada e vinculada ao interesse público (VILA, 2013, p.51). No que tange à metarregulação, o autor afirma a impossibilidade de se apresentar um conceito fechado. Entretanto, indica a possibilidade de se considerar essa categoria quando o Estado apresenta princípios que devam direcionar o processo autorregulatório das

empresas (VILA, 2013, p.50). Finalmente, a autorregulação pura se manifesta quando a empresa apresenta mecanismos internos de regulação, sem qualquer influência ou incentivo estatal (VILA, 2013, p.49).

Apesar de o autor tratar especificamente do *compliance* no âmbito penal, não foi detectada qualquer impossibilidade de se estender os conceitos trazidos para as demais áreas jurídicas.

Além disso, como já destacado, o próprio sentido que se atribui, em geral, à autorregulação não é um conceito hermético. De acordo com Ian Bartle e Peter Vass (2018, p.19), a autorregulação pode ocorrer por meio de: a) ausência de regulação, quando não há mecanismos explícitos de controle em uma organização; b) autorregulação; c) corregulação, quando a regulação ocorre por intermédio de mecanismos específico da organização em concomitância com os do Estado; d) regulação estatutária.

A classificação reforça o fato de que não se poderia tratar o *compliance* como uma figura de autorregulação pura, mas de corregulação com o Estado, tendo em vista que o ente estatal não abdica de seu poder regulatório, mas apenas concede maior independência de estruturação aos entes privados.

Interessante perceber ainda que, em todos os sistemas, há uma atuação dinâmica dos entes privados, sejam as empresas ou os entes transnacionais responsáveis por emitir as normas. A única diferença entre eles recai sobre a maior ou menor participação do Estado em suas atuações. Nessa linha de pensamento, a autora Bridget Hutter traz alguns exemplos em diferentes partes do globo, acerca da maior ou menor participação e incentivo à autorregulação, por parte do ente estatal.

Para a autora, a autorregulação é uma forma de regulação proeminente, embora a sua popularidade varie consideravelmente entre os ordenamentos jurídicos. Pode ser realizada ou estar a cargo de diferentes tipos de entidades e para as mais diversas finalidades (HUTTER, 2006, p. 04). Desse modo, podem, por exemplo, tratar-se de associações sem fins lucrativos ou multinacionais voltadas às mais diversas temáticas.

Ao se questionar sobre se a adoção da função *compliance* realmente modifica o comportamento da organização, os autores Jodi L. Short e Michael W. Toffel afirmam sua relação com as estruturas atuais de regulação vigentes. De acordo com eles, o questionamento se tornou particularmente preocupante à medida que os

programas internos de conformidade das empresas aderiam cada vez mais ao planejamento regulatório do século XXI. Em uma era de crescentes demandas regulatórias, mas, ao mesmo tempo, de redução dos orçamentos públicos voltados à regulação, as agências governamentais têm incentivado as empresas a adotarem estruturas de autorregulação na esperança de aumentar a conformidade e atingir as metas regulatórias (2010, p.361).

Nesse sentido, o *compliance* funciona como uma estrutura de autorregulação dentro de um contexto global de mudanças, no que concerne à regulação das estruturas empresariais. Não exclui a regulação estatal, mas ganha força, à medida que o próprio poder público incentiva a adoção de práticas autorregulatórias. Todavia, como será observado mais adiante, não apenas o governo é elemento de apoio ao desenvolvimento dessas estruturas, mas também a proliferação de organização internacionais e transnacionais responsáveis pela elaboração de códigos de condutas e diretrizes de comportamento para os entes privados.

A ideia de que o Estado é o único responsável por manter um ambiente econômico competitivo e transparente não se coaduna mais com as demandas atuais. Reconhece-se em âmbito internacional que a atuação de entes privados, como as empresas, é imprescindível para a manutenção da livre concorrência e do afastamento de práticas anticompetitivas e de corrupção. Dessa forma, esses agentes contribuem para a manutenção de um ambiente saudável justamente pela implantação de programas de *compliance* voltados ao combate à corrupção e ao abuso do poder econômico (MENDES; CARVALHO, 2017, p.125).

Importante perceber que, mesmo não sendo o *compliance* uma expressão pura e simples de autorregulação, é inegável que representa uma expansão da regulação dos entes privados sobre suas próprias atividades e sobre as atividades de outros entes. Entretanto, a participação do Estado nessa tendência é essencial, normalmente como incentivador de práticas de *compliance*.

2.5 A Privatização do *Compliance* e o modelo P2P

O termo privatização do *compliance* foi cunhado por Scott Killingsworth no artigo “The Privatization of Compliance” (2014). De acordo com o autor, reflete a

nova onda do *compliance* representada por normas emanadas pelos entes externos à empresa, inclusive aqueles com as quais ela realiza negócios (2014, p.02).

Em outras palavras, o *compliance* que vem se desenvolvendo não diz respeito ao cumprimento apenas das normas internas da empresa e daquelas emanadas pelo Estado. Ele vai muito mais além e passa a ser delimitado por regras expedidas por entes privados fora da estrutura interna empresarial ou do âmbito de incentivo do poder público.

Nesse sentido, o autor chama atenção para essa mudança. De acordo com ele, os programas corporativos de *compliance* aperfeiçoam a regulação estatal, tendo em vista que o ente público não detém recursos ou especialidade para fazê-la de forma eficiente. Todavia, esse modelo incentivado pelo poder público ainda reflete a relação vertical e binária entre governo e governado. A nova onda de privatização, por sua vez, é horizontal, *networked* e qualitativamente diferente da anterior (KILLINGSWORTH, 2014, p.01).

É possível perceber que o autor congrega diversas das conclusões estabelecidas anteriormente na presente dissertação. Ao utilizar o termo privatização do *compliance*, destaca o fenômeno de mudanças pelas quais a categoria tem passado. Entre elas, a incapacidade de o Estado atuar regulando todas as áreas possíveis, razão pela qual incentiva as práticas implantadas pelos entes privados. Além disso, também aborda as normas que partem de diversas espécies de entes e não apenas do poder público.

Nesse ponto, importante ressaltar que o fenômeno é bastante presente no mercado de arte. Conforme observado no capítulo 01, a estruturação desse setor econômico é singular, bastante especializada e embasada em algumas tradições como o sigilo das transações, o que afasta tentativas regulatórias eficientes por parte do Estado. Entretanto, segundo será observado no próximo capítulo, esse novo fenômeno da privatização do *compliance* pode ser amplamente detectado dentro de sua estrutura econômica.

Presentes em cláusulas contratuais e códigos de conduta, as novas regras delimitam a necessidade de um *compliance* além do direito. São criadas novas obrigações de *compliance* e mecanismos de execução relacionados à estrutura, ao desenho, às prioridades, às funções e à administração da ética e dos programas de integridade (KILLINGSWORTH, 2014, p.01).

Nesse ponto, o autor se refere à questão amplamente abordada em tópicos anteriores, a respeito do amplo espectro de regras que forma a estrutura do *compliance*, tendo elas as mais diversas origens e finalidades. Dessa forma, as normas estatais passam a compor apenas um dos elementos do *compliance*, ensejando um protagonismo crescente dos entes privados na construção dessa categoria.

Nessa linha, ao trazer à tona o termo *P2P Compliance*, o autor se refere a *um private-to-private compliance* que está levantando novos questionamentos a respeito de quem deve responder a quem, tanto internamente quanto além das fronteiras da empresa (KILLINGSWORTH, 2014, p. 02). Ao utilizar o termo *P2P Compliance*, quis demonstrar a nova tendência, a partir da sua diferenciação em relação ao que se entendia anteriormente por *compliance*. Essa nova modalidade sugere que são normas emanadas de entes privados para entes privados, ou seja, não dispõem de caráter estatal e, normalmente, são proferidas no âmbito contratual, sem qualquer incentivo por parte do ente público.

Entretanto, conforme aponta o autor, as regras de *compliance* podem vir dentro de um código de conduta ou nas próprias cláusulas que ensejaram o negócio jurídico. Dessa forma, as empresas não estão apenas adstritas a elaborar seu programa de *compliance* voltado ao cumprimento de normas estatais. Atualmente, elas buscam, cada vez mais, a organização para cumprimento de regras delimitadas por outros entes privados com as quais está realizando determinado negócio jurídico. As obrigações passam, assim, a ser estabelecidas a partir de diferentes origens, sejam elas contratuais ou a partir da adesão de um ente privado a alguma instituição ou organização sem fins lucrativos (KILLINGSWORTH, 2014, p.07).

Além disso, o autor menciona a importância das normas emanadas pela Organização Internacional do Trabalho (OIT), pela OCDE, pelo Banco Mundial, pelas Nações Unidas e pela *International Chamber of Commerce* (ICC). Alerta ainda que essas organizações não governamentais, bem como os princípios por elas emitidos, clamam por legitimidade a partir de um consenso mundial, ao invés de legitimidade a partir da legislação nacional. Ademais, elas procuram implementar essa consciência coletiva no universo corporativo, a partir da influência de uma organização sobre a outra (KILLINGSWORTH, 2014, p.04).

Aliados a essas entidades de direitos humanos e de responsabilidade social corporativa, o autor menciona também o governo e as próprias empresas como protagonistas dessa nova modalidade de *compliance* (KILLINGSWORTH, 2014, p. 03). Além disso, deveres anteriormente direcionados apenas a partes específicas, como funcionários ou consumidores, são também impostos a participantes de uma negociação. No mesmo sentido, questões de responsabilidade social corporativa ou sustentabilidade, anteriormente voluntárias e de caráter ético, tornaram-se obrigatórias e legais (KILLINGSWORTH, 2014, p. 08).

Deve-se mencionar ainda que um dos pontos negativos dessa tendência diz respeito ao fato de empresas que, normalmente, exercem o domínio de mercado em sua área de atuação tendem a impor condições muito rígidas a serem cumpridas pelos outros entes com os quais realizam negócios. Dessa forma, o efeito inverso ocorre, ou seja, há grandes chances de que se proceda a um descumprimento total das regras impostas. Sendo assim, para o autor, o ideal é que haja negociação para se definir o ponto ótimo de equilíbrio (KILLINGSWORTH, 2014, p.08-09).

Os códigos *P2P* possuem diversos tipos de previsão que podem englobar direitos humanos mais amplos, *standards* de responsabilidade corporativa social, normas éticas relacionadas a conflitos de interesse, normas de procedimento como o direito de auditar os registros do outro ou de treinar seu pessoal. Além disso, também podem envolver normas tradicionais de *compliance*, de natureza mais contratual, ou seja, termos relacionados à propriedade intelectual, subcontratação, segurança da informação, continuidade nos negócios, relações com a mídia, utilização de ativos, entre outros (KILLINGSWORTH, 2014, p. 07).

Verifica-se, assim, após um breve resumo do pensamento do autor, que sua teoria se enquadra perfeitamente nas tendências mundiais de proliferação de normas por entes privados. Em diversas searas, não apenas no âmbito do *compliance*, os entes privados expedem normas desatreladas da atividade legislativa estatal e sem a força coercitiva tradicional.

2.6 Razões para Adoção da Função *Compliance* e a sua Eficácia

A pesquisa sobre as razões que impulsionam a adoção do *compliance* e sua eficácia podem transcender os motivos pelos quais as práticas são implantadas,

ampliando o horizonte acerca do real alcance do termo na atualidade. Nesse sentido, perquirir as causas de implantação e, de uma certa forma, as medidas adotadas para que haja eficácia na adoção de mecanismos pode auxiliar a delimitação desse objeto de estudo. Ressalte-se, mais uma vez, que averiguar a eficácia do *compliance* não constitui objeto do presente trabalho, visto que o tópico almeja apenas conceder bases mais sólidas para a definição do termo.

De acordo com Geoffrey P. Miller (2014, p.10-11), ao analisar especificamente o cenário estadunidense, uma empresa possui diversas razões para adotar a função *compliance*. Em primeiro lugar, a adoção de políticas e programas de *compliance* atenua a responsabilidade dos membros do conselho de uma empresa, conforme indicado pelo precedente estadunidense *Stone v. Ritter*. Em segundo lugar, em alguns setores, a sua implementação é obrigatória de acordo com a legislação. Além disso, uma terceira razão pode estar vinculada a condenações judiciais ou acordos com o Ministério Público.

Ademais, quando se trata de *compliance*, é comum questionar-se a respeito da eficácia de seus mecanismos no cumprimento de normas, tanto internas como externas. Uma concepção partilhada por alguns recai sobre o fato de que, na verdade, essas medidas são apenas simbólicas. Nesse sentido, Jordi L. Short e Michael W. Toffel, conduziram uma pesquisa acerca do caráter simbólico dessas medidas. De acordo com eles, a literatura fornece um rico relato empírico e teórico de como, e por que, esses tipos de estruturas de autorregulação surgem e se difundem em campos organizacionais, mas deixa sem resposta a questão chave, ou seja, se eles realmente mudam o comportamento organizacional para se adequar aos ideais legais ou normativos (2010, p. 361).

Para o autor Geoffrey P. Miller (2014, p. 12), a simples criação de um programa de *compliance* não garante resultados, pois ele também deve ser eficaz. No mesmo sentido, o autor Scott Killingsworth, ao abordar o *P2P compliance* também aponta a necessidade de se inquietar diante da possibilidade de as medidas serem ineficazes. Na hipótese de as demandas do *P2P compliance* serem não negociáveis e todos a aceitarem porque devem, questiona o autor, como se poderá distinguir entre aqueles que têm como objetivo cumprir as normas e aqueles que, na verdade, são menos propensos a cumpri-las e o fazem por cinismo. Negociação, ao menos, aponta que as partes levam os problemas a sério (2014, p.08).

De uma forma direta e simples, o advogado e ex-integrante do *Department of Justice* norte-americano, Paul McNulty, apresenta três questionamentos que podem ser realizados no momento de definir a efetividade do programa de *compliance* de determinada entidade. De acordo com ele, deve-se questionar os seguintes pontos: “1. What did you do to prevent it?; 2. What did you do to detect it? 3. What did you do when you found out about it?” (ULG, 2017, p.03).

De acordo com Jordi L. Short e Michael W. Toffel, é comumente aceito na doutrina que a implementação do *compliance* deve atrelar-se a práticas que já ocorriam na empresa. Nesse sentido, a implementação satisfatória de uma estrutura de autorregulação depende, em grande parte, da existência de rotinas, como a auditoria de conformidade interna, destinada a aperfeiçoar a capacidade da organização em cumprir suas obrigações legais. Um fator que pode moderar a capacidade de implementar rotinas de autorregulação é o quanto elas complementam ou entram em conflito com as rotinas de conformidade existentes em uma organização. É muito mais fácil implementar rotinas compatíveis com práticas e entendimentos já firmados, do que implementar rotinas que vão contra as práticas existentes (2010, p. 372).

Segundo os autores Francisco Schertel Mendes e Vinicius Marques de Carvalho, a adoção de um programa de *compliance*, no âmbito das empresas, é essencial para acompanhar as mudanças na legislação e garantir a sua observância. Para eles, essa necessidade se torna latente em um ambiente econômico cada vez mais complexo e rigoroso, no qual há uma grande proliferação de normas regulatórias às quais estão sujeitas as empresas (2017, p.32).

Interessante perceber, por fim, que o *compliance* é um fenômeno que parte tanto de dentro para fora, quanto de fora para dentro, ou seja, alguns Estados estimulam certas práticas de *compliance*, pois não conseguem realizar uma regulação adequada diante da complexidade das atividades existentes. Do mesmo modo, parte de dentro da fora, pois como afirmaram os autores Mendes e Carvalho anteriormente, há uma necessidade de melhor organizar o aparato da empresa ou entidade privada para cumprir uma grande quantidade de normas, cada vez mais complexas, emitidas pelo Estado.

2.7 Compliance no Contexto das Estruturas Atuais Normativas e o Direito Não Estatal

O tópico 2.4 demonstrou que o *compliance* também pode ser direcionado ao cumprimento de normas criadas pelos próprios entes privados. Entretanto, defende-se que não necessariamente as regras precisam ser criadas dentro do âmbito de uma empresa, por exemplo. Elas podem ser criadas por entidades privadas ou públicas de âmbito transnacional.

Nesse sentido, cabe realizar uma breve apresentação acerca das tendências atuais de regulação por parte de entidades com campo de atuação fora do âmbito estatal. Dizem respeito a novas estruturas advindas de setores privados em uma esfera transnacional. O fenômeno recebe diversas denominações e é estudado a partir de diferentes perspectivas por parte de vários autores. Apesar de não haver uma nomenclatura única, é possível referir-se a ele como direito não estatal.

O autor espanhol Rafael Domingo (2010, p. 109) indica que o conceito de normas não estatais vem ganhando relevância devido, principalmente, ao pensamento do sociólogo Philip Selznick, para quem se traduz na emergência de um novo tipo de direito. Segundo ele, o direito não estatal constitui uma série de acordos, regulamentos e arranjos de interesse geral que não emanam do Estado, mas de agentes privados, como organizações econômicas, companhias e ONG's. Constitui ainda um direito mais flexível e eficiente que possibilita aos seus operadores acompanharem o ritmo imposto pela sociedade moderna.

O direito não estatal funciona como base para as teorias atuais acerca da produção normativa. Entretanto, não significa o fim do Estado, pois ambos coexistem atualmente, como se pode observar na figura do *compliance*.

De acordo com Rafael Domingo (2010, p.98), a forma como se denomina as tendências atuais, *law of humanity*, *cosmopolitan law*, *world law* é secundário, mas não sem importância, tendo em vista que todas elas partem da ideia de que há um novo direito, diferente do direito internacional clássico. Essa nova ordem está fincada em princípios diversos da territorialidade, soberania, diplomacia, Estado, entre outros.

O pensamento acima foi utilizado para demonstrar a ideia basilar acerca da regulação fora das leis estatais. O foco do presente tópico, entretanto, não será no

autor mencionado, em virtude de sua defesa de que se caminha para uma regulação uniforme em âmbito mundial. Na verdade, o objetivo é demonstrar a existência de outras ordens jurídicas alheias à produção normativa estatal. Não se defende assim a perda da regulação por parte do Estado, mas uma harmonia entre ordens e sistemas jurídicos diversos.

2.8 Definição de *Compliance* como Sistema de Regulação Multifacetado

Após o realce dos principais aspectos do *compliance*, bem como do contexto jurídico atual no qual está inserido, verifica-se a tarefa hercúlea, senão impossível, de gerar uma conceituação fechada desse termo. Nesse sentido, o presente trabalho ensaiou, nesse capítulo, identificar, pelo menos, a base do conceito, as características primordiais que nele sempre estarão presentes, independentemente de que forma for implantado.

Em primeiro lugar, restou constatado que o *compliance*, em termos jurídicos, não se limita ao seu sentido gramatical, ou seja, ao ato de cumprir normas e regras. Na verdade, esse instituto envolve uma série de medidas concretas, principalmente no âmbito de uma empresa ou de qualquer outro ente, voltadas à identificação e à prevenção de práticas ilícitas.

Enquanto estrutura voltada ao cumprimento de regras, varia conforme a atuação do ente que o implanta. Pode ser direcionado ao cumprimento de normas estatais, normas internas ao ente, de caráter internacional público, transnacional ou privado. Do mesmo modo, o campo de atuação também variará, com a possibilidade de se reconhecer um *compliance* próprio ao mercado de arte, como se demonstrará no próximo capítulo.

Além disso, apresenta-se como um produto da sociedade atual, quando atua como reflexo de atitudes autorreguladoras. Após a descrição dos tipos de sistemas, foi possível perceber que o *compliance* não necessariamente funciona como parte de uma estrutura autorregulatória pura. Na verdade, pode consistir em estruturas metarregulatórias, autorregulatórias correguladas e autorregulatórias puras ou voluntárias.

Nesse sentido, o *compliance* não pode ser definido unicamente como parte de um sistema autorregulatório. À medida que se aprofunda na temática, detecta-se a

impossibilidade de se criar um conceito completamente fechado do termo. O que se percebe é quão perfeitamente se encaixa nas estruturas modernas atuais de convivência entre a atuação dos Estados e dos entes privados.

Assim, não necessariamente suprime a atividade estatal, mas irá atuar com maior ou menor independência, conforme permitam os Estados. Portanto, o *compliance* não significa o fim das entidades estatais, mas o crescimento do impacto das normas e decisões emanadas pelos entes privados no âmbito público e da sociedade civil.

Em outras palavras, *compliance* também significa encontro entre ordens jurídicas, e não jurídicas, diversas. Assim, dificilmente, poderá ser reduzido a uma única acepção. Entretanto, além de todos os aspectos e conceitos que foram apresentados, no presente trabalho, defende-se a existência de uma nova acepção, a partir da qual será averiguada a sua existência no mercado de arte.

Para a presente dissertação, o *compliance* constitui um sistema de regulação multifacetado e variável. Reflete o encontro entre diversos sistemas jurídicos, sejam eles de caráter privado, público ou estatal. Nesse sentido, sua concretização dependerá da área ou do mercado no qual será analisado, mas sempre apresentando a possibilidade de união e convivência entre diferentes ordens jurídicas.

Finalmente, o *compliance* reflete o mundo jurídico atual em que diversos sistemas jurídicos convivem, emanando regras para os mais diversos setores, seja em complementação ou não à atuação do Estado. Além disso, deve-se destacar que o *compliance* compreendido como sistema de regulação multifacetado agrega algumas características identificadas nos tópicos anteriores.

Em outras palavras, o *compliance* possui as seguintes características: 1) Maleabilidade, pois deve se adaptar rapidamente às constantes mudanças que ocorrem no âmbito das transações econômicas; 2) Concretizado mediante duas formas, ou seja, os programas de conformidade e a expressão normativa que pode consistir em códigos de ética, de conduta, diretrizes, entre outros; 3) Direcionado ao cumprimento de regras das mais diversas origens, sejam estatais ou não; 4) Implantado predominantemente por entes privados.

Nesse sentido, em virtude da existência de atores próprios ao mercado de arte, bem como das peculiaridades que permeiam as transações nesse setor, o

próximo capítulo é destinado a compreender como as características e o conceito de *compliance* se apresentam e se concretizam especificamente nesse âmbito.

3. ATRIBUTOS JURÍDICOS DO *COMPLIANCE* NO MERCADO DE ARTE

No primeiro capítulo, foi possível conhecer os meandros do mercado de arte, sua maneira de estruturação, além do impacto que exerce a obra de arte sobre a organização dos atores e seu apelo sobre a prática de atividades ilícitas. A maior familiaridade despertada em relação a esse cenário, em especial no que concerne aos entes privados centrais e seu papel nas transações de obras de arte, permitiu o avanço das pesquisas em direção à compreensão mais aprofundada e teórica do conceito de *compliance*.

Enquanto categoria singular, o *compliance* se apresentou como sistema de regulação multidimensional, permeado por características próprias como a maleabilidade, a concretização a partir de duas formas principais, a implantação por entes privados e o direcionamento ao cumprimento de regras de várias origens. Procedeu-se, assim, à terceira etapa das pesquisas, ou seja, à análise com maior precisão das características do *compliance* no âmbito das transações de obras artísticas. Nesse sentido, as etapas anteriores serviram de amplo suporte para se averiguar com mais cautela a hipótese estabelecida na presente dissertação, ou seja, a manifestação do *compliance* enquanto sistema autorregulatório no mercado de arte.

A fim de averiguar a hipótese, o presente capítulo voltou-se à avaliação dos objetivos do *compliance* dentro do mercado de arte, a partir de perspectivas doutrinárias selecionadas. Em seguida, após detectar os documentos como meio de avaliação dos elementos de *compliance* existentes nesse meio, procedeu-se à averiguação daqueles mais comuns e necessários à implantação em um modelo de *compliance*.

3.1 Objetivos do *Compliance* no Mercado de Arte

Nesta pesquisa, o *compliance* foi apresentado a partir de diferentes características e conceituado, principalmente, como um sistema de regulação multifacetado, no qual múltiplos atores participam da elaboração de diversas espécies de normas. Apesar da natureza abrangente do conceito, não se pode olvidar de que a categoria apresentará características particulares em cada um dos diversos ambientes econômicos em que possa ser identificada.

Pode-se, assim, a partir de diferentes pontos de vistas, alargando ou estreitando o horizonte do setor sob observação, estabelecer a abrangência de determinado objetivo do *compliance*. Dentro do mercado de arte, é possível delinear seus aspectos próprios, particulares às atividades específicas desenvolvidas no setor. A compreensão do alcance do *compliance* nesse âmbito, pressupõe questionar-se, assim, a respeito do seu objetivo mediante análise de condutas próprias.

A implantação de programas e documentos de *compliance* varia em forma e conteúdo conforme o ente investigado. Cada entidade privada buscará atingir seus objetivos específicos e peculiares ao introduzir esse sistema. Desse modo, poder-se-ia pensar na existência de pequenos objetivos específicos, definidos de forma individual por todos aqueles que integram o setor. Entretanto, defende-se, no presente trabalho, a possibilidade paralela de se tratar de um objetivo geral do *compliance* dentro do setor econômico da arte, que transcenda as atividades específicas de todos os seus entes.

Ao se questionar, inicialmente, a respeito da necessidade de detectar o objetivo do *compliance* no mercado de arte, é possível observar que a finalidade a qual se propõe toda a estruturação do setor afeta o comportamento dos seus agentes no que tange à persecução de seus fins. O objetivo molda, assim, as atividades quotidianas e o agir dos agentes presentes naquele mercado.

Sendo o mercado da arte um ambiente próprio, diferente dos demais mercados econômicos, configura-se essencial perquirir as razões pelas quais se estruturam modelos de *compliance* e documentos são elaborados em seu âmbito. Devendo levar, nessa linha, em consideração que cada ente possui suas necessidades peculiares e singulares.

Entretanto, é preciso ressaltar que as dificuldades em relação à identificação de bibliografia sobre a temática impulsionaram a utilização de doutrina a respeito de autorregulação e não especificamente do *compliance*. Conforme discutido no capítulo 02, item 2.4, *compliance* e autorregulação não são sinônimos. Há um componente de autorregulação na figura do *compliance* que variará conforme a menor ou maior participação do Estado. Não há, portanto, razão para se discutir a impossibilidade de se considerar o objetivo da autorregulação no mercado de arte como sendo o mesmo do *compliance*.

Ao tratar de autorregulação no mercado de arte, o autor Toby Bull (2009, p.637) aponta que ela serve justamente para separar os negociadores de arte que possuem boa reputação daqueles que não a possuem. Realizando-se uma interpretação mais extensiva do pensamento do autor, a função autorregulatória nesse mercado consiste, portanto, em impedir o acesso a obras de arte por parte de indivíduos participantes de atividades ilícitas, sejam eles os negociantes ou os compradores.

Nessa linha, a função do *compliance* não detém necessariamente uma conotação ética ou de maior transparência dentro desse ambiente econômico. As motivações que regem o objetivo delimitado podem ser revestidas dos mais diversos significados, mesmo que partilhem um objetivo comum, qual seja, o de evitar o acesso às obras de arte para indivíduos que exerçam alguma espécie de prática ilegal.

Deve-se ressaltar ainda, mesmo considerando que o *compliance* não signifique autorregulação pura e simples⁸, a possibilidade de abarcar o objetivo mencionado no contexto analisado. A depender do ordenamento jurídico no qual está inserido, a função autorregulatória variará de intensidade, podendo se expressar em, pelo menos, três espécies. Dessa forma, além da intenção de impedir o acesso a obras de arte por parte de indivíduos participantes de atividades ilícitas, a participação do Estado poderá agregar outros objetivos como o de evitar a própria prática ilícita. Em outras palavras, o objetivo do Estado não é o de evitar o acesso ao mercado a algumas entidades, mas de manter a ordem dentro de suas fronteiras.

Convém destacar, todavia, que se trata do objetivo geral da implantação do *compliance* no mercado de arte. Não se pode olvidar dos objetivos específicos relacionados às atividades individuais de cada ente. Eles concernem, justamente, a evitar os problemas identificados no Capítulo 01, como a falsificação de obras de arte, domínio de mercado, lavagem de dinheiro, financiamento do terrorismo, entre outros. Variarão, por conseguinte, de acordo com as atividades particulares de cada ente.

Para isso, são estruturados programas e elaborados documentos que facilitem a transparência e o conhecimento de normas a serem seguidas. A implantação de medidas de *compliance* depende, assim, do atendimento a

⁸ A discussão pode ser verificada no capítulo 02, item 2.4

demandas peculiares de cada ente que as adota. Desse modo, o objeto específico de determinada casa de leilão poderá ser diferente daquele de uma galeria de arte ou de um museu.

Pode-se ainda visualizar diferentes objetivos ao analisar a perspectiva de diferentes entidades. Segundo o documento *Art Transaction Toolkit* (2017a)⁹, da entidade *Responsible Art Market*, “An undisputed and uninterrupted provenance history and proven authenticity of the artwork is clearly the aim in all transactions”. Nesse sentido, o objetivo de qualquer transação no mercado de arte seria evitar problemas concernentes à autenticidade e à proveniência do objeto.

No *Basel Art Trade Guidelines* (2012)¹⁰, por sua vez, os autores Thomas Christ e Claudia Von Selle (2012, p.05-06) explicam que os riscos aos quais estão submetidos os entes do mercado da arte aumentaram a proliferação de regras internas mais rígidas, por parte de algumas entidades, como as casas de leilão. Todavia, a dificuldade para realizar as negociações, devido à rigidez das regras, facilitava a captação de clientes por parte da concorrência. Nesse sentido, uma ação coletiva apresenta-se essencial, como uma espécie de autorregulação que auxilie o processo de regulação formal do mercado de arte.

Segundo o pensamento dos autores, é possível perceber que ações individuais não surtem efeitos quando realizadas de maneira isolada. É necessário, portanto, uma atuação coletiva da qual partam medidas regulatórias eficientes, sem aguardar que a regulação estatal impeça e resolva todos os ilícitos existentes nesse setor. Diante disso, é possível perceber que, de acordo com os autores, a construção de um modelo autorregulatório no mercado de arte serve para amenizar os riscos gerais nele experienciados.

Portanto, entre muitos outros objetivos genéricos que possam surgir, a presente dissertação identificou três principais com base na opinião de autores especializados na temática. O primeiro objetivo consiste em impedir o acesso a obras de arte por parte de indivíduos participantes de atividades ilícitas, sejam eles os negociantes ou os compradores. O segundo, por sua vez, diz respeito a evitar problemas concernentes à autenticidade e à proveniência dos objetos. Por fim, o

⁹ O documento mencionado é abordado posteriormente no presente capítulo.

¹⁰ O documento mencionado é abordado posteriormente no presente capítulo.

terceiro diz respeito ao gerenciamento de riscos às quais a entidade esteja submetida.

A análise dos objetivos do *compliance* no mercado de arte é essencial, especialmente, quando é concretizado no âmbito das empresas. Conforme inferido do capítulo 02, item 2.2, a sua concretização ocorre por meio de duas formas, ou seja, a implantação de programas de conformidade e a elaboração de códigos de ética ou conduta, entre outras nomenclaturas.

Definir os objetivos, tanto genéricos quanto específicos, de cada ente no mercado de arte é imprescindível para o início da elaboração de programas de conformidade e de documentos que direcionarão as transações dos objetos artísticos em suas atividades cotidianas.

3.2 O Sistema de Regulação Multifacetado da Arte

Diante das discussões que foram propostas ao longo do capítulo 02, o *compliance* não é concretizado de maneira homogênea no mercado de arte. Conforme apontado anteriormente, como no item 2.2.1 e no item 2.2.2, há várias modalidades de programas de conformidade e de documentos que devem refletir as particularidades dos entes que o implantam. Sendo assim, cada componente do mercado adapta seus meios de prevenção e de repressão às suas atividades principais.

No que tange à persecução do objetivo geral e dos específicos a cada setor, um emaranhado de atores se manifesta na elaboração de documentos que direcionem as suas condutas ou a de terceiros participantes do mercado de arte. Nesse sentido, eles podem elaborar normas voltadas às suas próprias atividades, a atividades de terceiros ou podem atuar como entes específicos e voltados a regular esse mercado.

A coordenação com a atividade estatal é latente, pois o ente público desconhece os meandros do mercado, bem como, muitas vezes, é incapaz de expedir normas e fiscalização de caráter específico. Além disso, é comum verificar que as normas emanadas pelo poder público não conseguem alcançar de forma eficaz esse espaço econômico.

De acordo com Marcilio Franca Filho (2017), é imprescindível a existência de uma parceria regulatória nesse setor. Mesmo havendo normas sofisticadas de

enfrentamento da lavagem de dinheiro nas diversas áreas, como penal, internacional, econômico e administrativo, os métodos são insuficientes para abarcar a complexidade e opacidade do mercado.

Essa parceria entre poder público e entes privados pode ser identificada justamente na figura do *compliance*, o qual permite a convivência entre a legislação estatal e aquelas desatreladas do ordenamento jurídico público, porém com força suficiente para estimular ou desestimular condutas no setor¹¹.

Nesse aspecto, há alguns importantes agentes de caráter transnacional, responsáveis por emanar normas aplicáveis no mundo inteiro sem vínculo direto com os Estados nacionais. A título de exemplo, pode-se mencionar uma das instituições mais atuantes, o *International Council of Museums* (ICOM). Além disso, há também outras entidades privadas, especificamente voltadas a regular as transações de obras de arte, incumbidas de expedir documentos sem caráter vinculante, conforme serão observadas mais adiante.

Os autores Thomas Christ e Claudia von Selle (2012, p.08), responsáveis por elaborar importante estudo sobre o tema, bem como algumas diretrizes para o mercado, condensadas no *Basel Art Trade Guidelines* (2012)¹², mencionam diversas outras instituições responsáveis pela criação de uma rede de *compliance*¹³ no comércio global da arte. Algumas instituições e documentos que podem ser mencionados são o *Code of Ethics and Practice* do *International Association of Dealers in Ancient Art* (IADAA); o *Code of Ethics*, do *Swiss Association of Dealers in Arts and Antiques* (SADDA), entre diversos outros (2012, p.08).

Dessa forma, os autores partiram dessas normas, de origem privada e internacional, já existentes, a fim de construir diretrizes que se alinhassem com obrigações de caráter nacional, bem como com aquelas relacionadas ao mercado de arte global. Entretanto, eles destacam ainda que observaram procedimentos

¹¹ Além disso, conforme será detectado a partir da observação dos documentos presentes no mercado da arte, item 3.3, a sua clara intenção não é de sobrepor as normas estatais, mas de conviver em harmonia e em total cumprimento ao ordenamento jurídico estatal.

¹² A análise do documento constitui um dos temas centrais do presente capítulo e é abordado com mais profundidade posteriormente no item 3.3.

¹³ Ressalte-se que os autores não utilizam o termo *compliance*, mas sim autorregulação. Todavia, como o presente trabalho compreende que *compliance* engloba os diversos tipos de autorregulação, em que há maior ou menor grau de participação do Estado, optou-se por utilizar esse termo e não o dos autores.

aplicados em outros setores e que, finalmente “the guidelines reflect, harmonize and summarize the status quo and hence provide a common platform for self-regulation which the art market participants can develop if necessary” (CHRIST; SELLE, 2012, p.8).

Como já apontado ao longo do trabalho e, especificamente, no item 2.2.2, os códigos de ética ou de conduta constituem a concretização no âmbito normativo do *compliance*. No mercado de arte, há uma grande quantidade de exemplos, tanto de origem interna aos entes que o aplicam, como museus e galerias; quanto os de origem externa, como aquele destinado a todos os atores, a exemplo da iniciativa do *Responsible Art Market* que é descrita, posteriormente, no item 3.3.1. Todavia, de antemão, é preciso demonstrar que se trata de uma entidade de caráter privado formada por membros do mercado da arte preocupados em construir diretrizes para aperfeiçoar as transações existentes no setor. Entre as entidades dela participantes, pode-se mencionar a casa de leilão *Christie's*.

Kurt Siehr (1996, p.251-252), ainda no final do século XX, chamou atenção para o fato de que museus, comerciantes de arte e historiadores estabeleceram códigos de ética para reger as políticas de aquisição, vendas e publicações de obras. Instrumentos que, apesar de não serem vinculantes, de acordo com ele, estavam se apresentando de forma eficiente. Nesse sentido, ressalta-se, novamente, que o tema em análise já vem sendo desenvolvido de forma paulatina por alguns autores estrangeiros, não se tratando de uma novidade.

Os códigos de ética e conduta funcionam como peças centrais no desenvolvimento de programas internos de *compliance*, em empresas que atuam tanto dentro, como fora do setor artístico. Em relação a esse tema, Manlio Frigo (2009, p.49) elaborou importante e breve estudo acerca da influência dos códigos de ética enquanto instrumentos de regulação do mercado de arte, mais especificamente no que concerne ao comércio internacional desses objetos.

De acordo com o autor, paralelamente à proliferação de documentos internacionais relacionadas a objetos culturais surgiram normas de condutas sem caráter coercitivo (2009, p. 50). Entretanto, no campo do direito da arte, normas de conduta ética parecem ser mais detalhadas e rígidas do que as normas legais. Portanto, as duas espécies de normas são complementares e almejam criar uma completa, senão homogênea regulação (FRIGO, 2009, p.50).

Todavia, essa regulação homogênea a qual se refere como sendo a coordenação entre normas de códigos de conduta e aquelas de origem estatal reflete mais uma vez o espectro do *compliance*, enquanto diversos sistemas regulatórios atuando em conjunto. O estudo do autor reforça, assim, a ideia defendida na presente dissertação de que o *compliance* consiste em um sistema de regulação multifacetado. Em outras palavras, um sistema com diversas espécies de atividades regulatórias em sintonia, que não necessariamente precisam se sobrepor, mas sim atuarem em coordenação.

Ao mencionar as primeiras experiências acerca da elaboração de códigos de ética no campo do direito da arte, como o *Athens Charter for the Conservation and Restoration of Historic Monuments* de 1931 ou o *Venice Charter for the Conservation and Restoration of Monuments and Sites* (FRIGO, 2009, p.50), o autor começa a discorrer sobre os aspectos de elaboração e da compulsoriedade desses documentos:

[...] they are horizontally conceived, elaborated, and oriented, like the self-regulation instruments of people associated or affiliated to the interested category. In other words, as observed with reference to the *lex mercatoria* in the context of international trade, these norms proceed from the same subjects to which they are addressed, who are obliged to abide by them, especially given the compliance required within the relevant professional category.

Portanto, uma das principais características desses documentos recai justamente sobre o fato de serem produzidos pelos próprios destinatários de seus dispositivos. É preciso frisar, entretanto, que, conforme mencionado anteriormente, não necessariamente os documentos regulatórios serão elaborados pelos próprios entes destinatários, mas também por aqueles que integram o mercado de outra maneira.

Destaque-se ainda que a ausência de caráter vinculante dos documentos mencionados requer, ainda assim, o reconhecimento da legitimidade pelos próprios entes aos quais são destinados, da seguinte forma:

After all, this aspect distinguishes the compliance of an ethical rule from the compliance¹⁴ with a legal norm, almost as if it were a code of honor. But **ethical codes require something more**. One should recognize that they have the capability of imposing contractual obligations on the associates; and being continuously used as a benchmark in the usual domain of operations of the relevant categories, they can become uses comparable to those belonging to international trade (FRIGO, 2009, p.51).

Portanto, aderir a normas de origem não estatal, como os códigos de ética e conduta, que integram o escopo do *compliance*, exige um reconhecimento por parte de seus destinatários do caráter legítimo e válido das diretrizes elaboradas. Dessa forma, as normas, por si só, não possuem força cogente, dependendo da intenção dos agentes que a elas aderem. Além disso, a intenção de cumprir não parte exclusivamente da expectativa de repreensão estatal, mas devido a outras razões. Entre elas, como mencionado anteriormente, os riscos relacionados a problemas concernentes à autenticidade e à proveniência do objeto.

Retomando as palavras do autor Manlio Frigo nas duas citações diretas destacadas anteriormente, é possível inferir a existência de referência implícita ao caráter autorregulatório dos documentos mencionados. São elaborados de forma espontânea ou quase espontânea e direcionados aos próprios entes que os elaboraram. Deve-se destacar, entretanto, que as normas criadas não necessariamente são originais. Elas podem ser apenas transcritas de documentos legais ou incentivadas pelo Estado. Nesse sentido, corrobora-se o que foi demonstrado anteriormente, acerca de o *compliance* não envolver uma autorregulação pura, pois ela pode ter sido desencadeada pelo próprio poder público, mesmo que as normas tenham sido produzidas fora dos órgãos legiferantes.

Manlio Frigo segue mencionando alguns códigos de ética provenientes de origens diversas como organizações internacionais, instituições especializadas, associação de comércio nacionais e internacionais, bem como entidades públicas e privadas (FRIGO, 2009, p.51). Entre esses documentos, o autor menciona o *International Code of Ethics for Dealers in Cultural Property* da UNESCO; o *Code of Ethics for Museums* (2000), *Guidelines on Exhibiting Borrowed Objects* (2000) e *Guidelines concerning the Unlawful Appropriation of Objects during the Nazi Era de*

¹⁴ Deve-se destacar que o termo *compliance* utilizado pelo autor nesse trecho corresponde ao seu conceito gramatical, mais corriqueiro, o sentido de cumprir normas. Frise-se ainda que ele não se utiliza do termo *compliance* da forma como é tratada na presente dissertação, ou seja, o de sistema de regulação multifacetado.

1999, todos da *American Association of Museums*; os *Guidelines on Loans of Antiquities and Ancient Art 2006* da *Association of Art Museum Directors*; e o *Code of Practice*, adotado pela *European Association of Archaeologists* (1997) (FRIGO, 2009, p. 50-51).¹⁵

Para o autor, essas instituições que produzem os códigos de ética são um dos principais atores do mercado de arte, balizando suas condutas a partir dessas normas (2009, p.51). Sendo assim, é interessante perceber que a concretização do *compliance* parte de agentes com grande poder no mercado de arte, com grande visibilidade e capacidade de inspirar entes menores a adotarem sistemas parecidos.

Não se pode olvidar ainda de mencionar que, recentemente, a entidade de caráter privado *Responsible Art Market*, formada por estudiosos da área, galerias, museus, entre outros, expediu dois importantes documentos que adquiriram bastante notoriedade, o *Art Transaction Due Diligence Toolkit – Explanatory Notes* (2017) e as *Guidelines on combatting Money Laundering and Terrorist Financing* (2017)¹⁶. Nesses documentos, a entidade, que também não está vinculada diretamente a qualquer ordenamento jurídico, mas possui como âmbito de atuação o mercado de arte em geral, elenca medidas de *due diligence*¹⁷ direcionadas a todos os entes desse setor no momento de realização das transações.

Os autores Thomas Christ e Claudia Von Selle (2012, p.12) também concederam especial atenção ao tema no momento da elaboração de suas *Basel Art Trade Guidelines* no ano de 2012. Ou seja, o tema já vem permeando o mercado de arte há algum tempo, tendo adquirido mais espaço recentemente com a “revolução do *compliance*”, utilizando-se do termo cunhado por Geoffrey Parsons Miller (2017, p. 440).

Por fim, além desses mecanismos já existentes, apenas a título de ilustração, Gareth Fletcher propõe uma nova e interessante alternativa ao fortalecimento da

¹⁵ Apesar da menção aos documentos da UNESCO, o foco da presente dissertação recai sobre documentos emanados por agentes privados. A UNESCO, enquanto sujeito clássico do direito internacional, apresenta-se como entidade pública e não privada.

¹⁶ Os dois documentos, bem como a entidade, são abordados posteriormente no presente capítulo, no item 3.3.

¹⁷ No capítulo anterior, verificou-se que a ferramenta da *due diligence* constitui elemento importante de programas de *compliance* ou de códigos de ética e conduta. Além disso, apresenta-se como passos estratégicos de prevenção no momento de realização de aquisições empresariais, de fusões entre empresas, de realização de negociações, etc.

autorregulação do mercado de arte, ou seja, uma intervenção por meio do consumidor a partir da criação do “certificate of virtue framework for the international art market!” (2017, p.171). O autor propõe a regulação do mercado com a criação de um selo que indique a preferência do consumidor (2017, p.178), a partir de uma avaliação qualitativa sobre a procedência e histórico da obra de arte.

Pode-se, assim, perceber claramente como o mercado de arte é bastante diversificado, tanto no que concerne aos entes dele participantes, quanto à multiplicidade e à heterogeneidade de normas que são expedidas em uma tentativa de auxiliar a regulação estatal no setor. Entretanto, a diversidade de normas emanadas de entes privados de forma espontânea não implica uma anulação do ordenamento estatal. As regras expedidas visam a suprir lacunas nas quais o Estado não consegue atuar de maneira satisfatória para impedir os riscos aos quais se submetem determinados entes do mercado da arte.

Dessa forma, o sistema de regulação multifacetado no mercado de arte é composto por uma série de entes privados que, em uma tentativa de atingir os objetivos gerais e específicos abordados no item 3.1, realizam a concretização do *compliance* mediante a criação de normas que atuem em coordenação com a regulação estatal.

3.3 Concretização do *Compliance* no Mercado de Arte

A verificação da hipótese da presente dissertação depende de um último passo, ou seja, a averiguação da concretização do *compliance* no mercado de arte. Conforme observado no capítulo 02, item 2.8, o *compliance* foi, finalmente, definido como um sistema de regulação multifacetado, com diversas características, como a maleabilidade, a possibilidade de concretização em duas maneiras, a implantação por entes privados e voltado ao cumprimento de regras das mais diversas origens. Em seguida, verificou-se que o mesmo conceito pode ser aplicado ao *compliance* no mercado de arte no presente capítulo, item 3.2.

Ainda no capítulo 02, item 2.2, observou-se que sua concretização ocorre mediante duas alternativas, que são os programas de conformidade ou os códigos de ética e conduta. Todavia, a ausência de material e divulgação quanto aos programas internos de conformidades dos entes privados no mercado de arte

obrigou a realização de pesquisas apenas no âmbito normativo de concretização do *compliance*.

A fim de averiguar a manifestação do *compliance* no mercado de arte, é essencial verificar quais são os seus elementos que se apresentam de maneira fragmentada nesse setor. Nesse sentido, é avaliada uma das duas faces do *compliance* abordada no capítulo anterior, ou seja, os documentos produzidos pelas mais diversas entidades privadas. São, assim, abordados cinco documentos¹⁸, no presente capítulo, produzidos pelos representantes de duas categorias, ou seja, os próprios entes destinatários e as entidades privadas que produzem para terceiros.

Em relação à segunda categoria, são abordados três documentos que possuem um caráter mais amplo e genérico, sendo voltados para as diversas entidades que atuam nesse setor. Os outros dois, que podem ser encaixados na primeira categoria, possuem uma abrangência mais específica e interna, correspondendo à atuação das duas maiores e mais conhecidas casas de leilão, a *Sotheby's* e a *Christie's*¹⁹.

Os dois primeiros documentos abordados, o *Art Transaction Due Diligence Toolkit* (2017a) e as *Guidelines on Combatting Money Laundering and Terrorist Financing* (2017b) foram produzidos pela entidade privada *Responsible Art Market*. De acordo com o sítio da instituição, seu objetivo é chamar atenção para os riscos enfrentados pelo mercado da arte na Suíça e em outros países, além de promover um guia e uma plataforma para dividir as melhores práticas que façam face a esses riscos (RESPONSIBLE ART MARKET, 2019).

A entidade se apresenta da seguinte forma “The Responsible Art Market (“RAM”) Initiative is the first of its kind, non-profit, cross market initiative (...). RAM’s founding members span the entire spectrum of the art market and include art businesses, institutions and practitioners”. Ressalta ainda seu diferencial em relação às demais entidades pelo fato de adotar uma postura colaborativa e interdisciplinar. Além disso, vários membros do mercado de arte como galerias, negociantes, casas

¹⁸ Na presente dissertação, optou-se por analisar o *compliance* a partir de uma de suas formas de concretização, ou seja, os documentos chamados de *Guidelines*, Diretrizes, Código de Ética, Código de Conduta, entre outros. Em relação aos programas de conformidade, não há material público disponível, além de que a pesquisa não tinha pretensões de ser de campo/prática.

¹⁹ Algumas informações sobre as casas de leilão mencionadas foram abordadas no capítulo 01, item 1.1.3.2 e item 1.4.2 da presente dissertação.

de leilão, consultores entre outros, uniram forças com advogados, acadêmicos e autoridades especializadas em assuntos relacionados à arte e ao *compliance* (RESPONSIBLE ART MARKET, 2019).

O caráter interdisciplinar, a partir do qual se fundamentam as discussões, revela uma das principais características do estudo da regulação do mercado de arte. É impossível não se considerar diversas variáveis, dos mais diferentes ramos atuando nesse setor, quando se propõe a estudar e tentar expedir diretrizes regulatórias nesse âmbito.

Ressalte-se ainda que a entidade responsável por essas diretrizes tem caráter eminentemente privado, sem fins lucrativos e voltada à compreensão e à melhoria das relações negociais no mercado de arte. Não há compulsoriedade nem sanções para a adoção das medidas elencadas pela instituição, apenas uma sugestão destinada a aperfeiçoar as negociações. Ademais, apresenta-se como um terceiro no mercado de arte, responsável por criar medidas a serem adotadas pelos entes e não direcionadas a ela própria, mas cujos integrantes são os próprios atores desse setor.

O terceiro documento a ser avaliado, o *Basel Art Trade Guidelines* (2012), também tem origem privada e foi criado pelo executivo Thomas Christ e pela advogada Claudia von Selle, no âmbito do *Art Trade Initiative* organizado pela *Basel Institute on Governance*. De acordo com o documento, a iniciativa surgiu em 2009 com vários encontros subsequentes para discutir a elaboração de *standards* direcionados ao mercado de arte, a fim de conter “the role of the art market as a ‘refuge de valeur’ which may attract dubious players as well as art objects of doubtful origin and value” (CHRIST; VON SELLE, 2012, p.02).

Além disso, de acordo com a justificativa inicial do documento, o ponto de partida para sua criação foi a estruturação de diretrizes capazes de se coadunarem com as exigências legais nacionais e, simultaneamente, respeitar o mercado de arte com características globais. Da mesma forma, foram baseadas em experiências de outras áreas. “In this sense the guidelines reflect, harmonize and summarize the status quo and hence provide a common platform for self-regulation which the art market participants can develop if necessary” (CHRIST; VON SELLE, 2012, p.08).

Por fim, o quarto e o quinto documentos foram escolhidos com o objetivo de averiguar a atuação específica de determinados entes do mercado. São o *Code of*

Conduct da Sotheby's (2014) e a *Christie's Guidelines for Dealing with Nazi-era Art Restitution Issues* (2009). Objetiva-se, assim, verificar as particularidades de documentos voltados à atuação de uma entidade particular quando confrontados com diretrizes mais genéricas que podem ser utilizados por qualquer ente do mercado.

Dessa forma, os documentos foram selecionados para se averiguar tanto as diretrizes produzidas por entidades que não são destinatárias diretas das normas; como aquelas produzidas pelos próprios entes a que são direcionadas, a fim de compreender as suas similaridades e diferenças.

Ressalte-se, por fim, que a opção pelos documentos internos da *Christie's* e da *Sotheby's* ocorreu devido a serem dois dos maiores atores no mercado de arte. E, de acordo com o que foi visto anteriormente no item 3.2, os maiores atores são os principais responsáveis por criar a cultura do *compliance* dentro desse setor econômico. No que tange aos documentos genéricos, optou-se por aqueles de extrema relevância e que não eram voltados a nenhuma categoria específica.

Desse modo, pode-se observar como o *compliance* se concretiza nesse mercado e detectar os elementos presentes nos documentos que tornam possível a implantação do sistema de regulação multifacetado de forma interna nos entes privados participantes de transações de obras de arte.

3.3.1 Elementos específicos da concretização do compliance no âmbito de sua expressão normativa

A análise dos documentos selecionados no presente capítulo apresentou importantes elementos necessários à concretização do *compliance* no âmbito do mercado da arte. Os elementos refletem as próprias peculiaridades do setor, bem como os riscos aos quais os entes participantes de transações de obras artísticas estão sujeitos. Alguns elementos detectados podem ser destacados abaixo:

- a) *Due Diligence*
- b) Combate ao Financiamento do Terrorismo e à Lavagem de Dinheiro
- c) A Proteção aos Direitos Culturais e ao Patrimônio Cultural
- d) A Responsabilidade nas Transações

- e) O Respeito às Normas Estatais e de Outras Origens
- f) A Proteção ao Meio Ambiente

A fim de facilitar a compreensão, foi destacado o quadro abaixo com o objetivo de ilustrar os documentos, bem como os elementos averiguados que possibilitam a concretização do *compliance* dentro do mercado de arte:

DOCUMENTO	ENTIDADE	DUE DILIGENCE	COMBATE AO FINANCIAMENTO DO TERRORISMO E À LAVAGEM DE	A PROTEÇÃO AOS DIREITOS CULTURAIS E AO PATRIMÔNIO CULTURAL	RESPONSABILIDADE NAS TRANSAÇÕES	RESPEITOS ÀS NORMAS ESTATAIS E DE OUTRAS ORIGENS	A PROTEÇÃO AO MEIO AMBIENTE
<i>Art Transaction Due Diligence Toolkit (2017)</i>	<i>Responsible Art Market</i>	X				X	
<i>Guidelines on Combatting Money Laundering and Terrorist Financing (2017)</i>	<i>Responsible Art Market</i>	X	X			X	
<i>Basel Art Trade Guidelines (2012)</i>		X	X	X	X	X	
<i>Code of Conduct da Sotheby's (2014)</i>	Casa de Leilão <i>Sotheby's</i>	X	X		X	X	X
<i>Christie's Guidelines for Dealing with Nazi-era Art Restitution Issues (2009)</i>	Casa de Leilão <i>Christie's</i>	X		X		X	

a) *Due Diligence*

O primeiro e um dos mais importantes elementos verificados em todos os documentos corresponde à prática de *due diligence*. No capítulo anterior, foi demonstrado que *due diligence* indica a necessidade de observar determinados passos para se evitar uma negociação fraudulenta ou ilícita. Consistem, assim, em uma atividade preventiva, normalmente, direcionada a conter os riscos existentes nas transações comerciais.

Esses passos podem ser ou não de observância obrigatória, além de poderem estar de acordo com qualquer um dos espectros de regulação do *compliance* apontados anteriormente, ou seja, podem estar direcionados ao cumprimento de normas estatais, internacionais, internas e privadas.

Nesse sentido, consistem em condutas concretas, de conteúdo um pouco menos abstrato e mais voltadas à prática diária das entidades, no sentido de facilitar o cumprimento do objetivo do *compliance* no mercado de arte.

Atualmente, muitos documentos emanados por entes privados do mercado da arte tratam do elemento da *due diligence*, especialmente aqueles escolhidos pela presente dissertação, que são o *Code of Business Conduct* da Sotheby's (2014), o *Art Transaction Due Diligence Toolkit* (2017), da entidade *Responsible Art Market (RAM)*, o *Basel Art Trade Guidelines* (2012). Além desses documentos, várias galerias de arte e museus dispõem de diretrizes próprias.

Após uma breve análise de todos os documentos apresentados, é possível perceber a relevância que se é concedida ao tema, mesmo não havendo grandes incursões em como pode ser concretizado no cotidiano das entidades que negociam objetos de arte.

O *Code of Business Conduct* da Sotheby's (2014) destina uma seção para alertar sobre a importância da *due diligence* em suas atividades internas. Dessa forma, aponta que "Before offering property for sale, we must be satisfied that we have conducted the level of due diligence required to be satisfied that the property we are handling is authentic and that there are no known legal obstacles to selling and passing title" (SOTHEBY'S, 2014, p.51).

Segundo o dispositivo destacado acima, pode-se inferir que o objetivo primordial da casa de leilão é verificar, preliminarmente, a autenticidade da obra²⁰, bem como possíveis impedimentos relacionados à transação. Nesse sentido, como possíveis impedimentos, pode-se mencionar, por exemplo, a ausência de título válido de propriedade por parte do indivíduo que a oferece, bem como a ilicitude da forma de aquisição.

O intento específico de se conduzir a *due diligence* no ambiente da Sotheby's consiste basicamente em impedir a realização de transações de obras falsas ou falsificadas. Entretanto, não há menção clara a quais passos concretos devem ser tomados para se conduzir as atividades mencionadas.

Na mesma seção, voltada exclusivamente a *due diligence*, há indicativo de que a Sotheby's se compromete a cumprir as normas de diversos ordenamentos, nos seguintes termos: "Sotheby's adheres to the relevant domestic and international laws that govern the markets for archaeological and ancient property, and in many respects, Sotheby's standards go beyond the legal requirements" (SOTHEBY'S, 2014, p.51).

Apesar de não haver menção aos passos concretos a serem realizados no cotidiano das atividades da casa de leilão, é possível compreender que, na construção de medidas de *due diligence*, deve ser realizado um levantamento de todas as normas às quais a entidade se submete. Além disso, as normas devem ter as mais diversas origens como apontado pelo texto, cogitando-se, assim, inclusive, o respeito a regras de caráter moral.

Realizando-se uma breve comparação com o documento de grande relevância mencionado no tópico anterior, o *Art Transaction Due Diligence Toolkit* (2017b), da entidade *Responsible Art Market (RAM)*, o Código de Conduta da Sotheby's, em relação a esse tópico específico, aparenta ser excessivamente sucinto.

O documento do *RAM* apresenta três seções destrinchando de maneira mais clara os diferentes tipos de *due diligence* que devem ser aplicados às transações de obras de arte. As modalidades mencionadas consistem na *due diligence* do cliente, na *due diligence* do objeto de arte e na *due diligence* da própria transação. Nesse

²⁰ No capítulo 1, item 1.4.2, foi demonstrado que a questão da autenticidade é uma das mais sensíveis no mercado de arte, sendo as falsificações bastante comuns, gerando diversas disputas judiciais ao longo do tempo.

sentido, deve-se checar os antecedentes daquele que compra ou vende a obra de arte, a procedência do objeto e alguns alertas existentes na própria negociação.

Em relação ao cliente, sua identidade deve ser verificada por meio de documentos comprobatórios, bem como seus respectivos antecedentes, em sites especializados (RESPONSIBLE ART MARKET, 2017b). No que concerne à obra de arte, devem ser examinados seu estado, sua autenticidade, seu histórico de exposições, sua propriedade, entre outros elementos relevantes (RESPONSIBLE ART MARKET, 2017b).

No que tange à transação, por sua vez, os negociadores devem atentar para o objetivo daquela compra e venda, para a maneira como o negócio está sendo conduzido, para a natureza do financiamento e para os documentos que apoiam a negociação (RESPONSIBLE ART MARKET, 2017b).

Sendo assim, enquanto documento que condensa normas a serem aplicáveis a diversos entes do mercado da arte, com amplo alcance, propõe uma estrutura mais complexa de *due diligence*. Uma estrutura que envolva medidas de averiguação nas três esferas de uma transação, partes, objeto e negócio jurídico. A forma como essas medidas serão implementadas dependerá, todavia, da organização de cada ente e da implantação de seu respectivo programa de conformidade.

A título ilustrativo e elucidativo, a especialista em mercado de arte, Rayah Levy (2018), aponta alguns passos que compõem a *due diligence* e que devem ser realizados quando se objetiva investir em arte e evitar futuros problemas no que concerne à autenticidade e à proveniência do objeto.

Antes de prosseguir com a transação, deve-se verificar, em primeiro lugar, o *catalogue raisonné* da obra. Um segundo elemento a ser investigado é o certificado de autenticidade, com a devida cautela para aqueles passíveis de serem forjados. Em terceiro lugar, deve-se buscar a opinião de especialistas no artista cuja obra tenciona-se adquirir. Como quarta característica, deve-se checar se há algum seguro que esteja cobrindo a obra em questão. A especialista explica que o seguro gera um indício de que o banco ou seguradora já fizera *due diligence*, trazendo mais segurança à transação. Em quinto lugar, é preciso rastrear a proveniência da obra, ou seja, seus últimos proprietários. “The key is to start with the most recent owner and trace back owners throughout the artwork’s existence through its creation date”.

Por fim, pode-se utilizar a análise forense para detectar a autenticidade da obra. (LEVY, 2018).

No que tange a *due diligence* e aos passos a serem seguidos, mencionados anteriormente pelo documento do RAM e pela especialista no mercado de arte, pode-se acrescentar a importância da identificação dos elementos destacados pelo *Basel Art Trade Guidelines* (2012), da seguinte forma:

Identifying the seller reduces the risks resulting from any ambiguity regarding provenance, illicit trade and forbidden exportation. Identifying the buyer reduces the risks of money laundering and illicit enrichment and serves to preserve the records on provenance of the art object. The art market operator therefore has to ensure full identification and documentation of the seller and the buyer ('know your customers' rule) (CHRIST; VON SELLE, 2012, p.11).

Nesse sentido, as diretrizes concedem especial atenção à necessidade de se identificar o comprador e o vendedor, afirmando que conhecer os participantes da transação pode impedir a ocorrência de lavagem de dinheiro, enriquecimento ilícito, ou outras práticas ilegais. As investigações, entretanto, conforme verificado anteriormente, não podem se limitar unicamente à identidade dos participantes, devendo-se também mapear a procedência da obra de arte.

Interessante verificar ainda que, retomando o documento do RAM, ele indica claramente não ter a intenção de criar regras novas e inéditas, ou de ser aplicável de maneira genérica a todas as transações, nos seguintes termos:

The toolkit does not purport to create new standards beyond existing legal obligations or to set a uniform standard to be applied in all transactions. Depending on the circumstances, the suggested checks may not be appropriate, practicable or necessary. Conversely, they may not be sufficient. In all cases, applicable laws should be complied with" (RESPONSIBLE ART MARKET, 2017b).

Nesse sentido, poder-se-ia tratá-lo como uma espécie de organização e resumo das regras mais importantes a serem seguidas ao conduzir *due diligence*. Além disso, apesar de não pretender ser um documento aplicável em qualquer transação, é inegável seu caráter moldável às peculiaridades de determinada negociação ou ordenamento jurídico. Dessa forma, poder-se-ia considerá-lo como uma forma apta a ser adaptada a diferentes realidades.

Deve-se mencionar que não se poderia visualizar o documento como uma expressão de autorregulação pura, mas de um auxílio à regulação estatal, ao conjugar as regras a serem seguidas pelos entes do mercado da arte. Entretanto, apesar de não se comprometer com a elaboração de novas normas, indica a necessidade de cumprimento de regras que também não tenham origem estatal.

Importante mencionar ainda que o documento, mesmo tendo o cuidado de descrever mais extensamente, em comparação às outras diretrizes, as formas de se aplicar a *due diligence*, chama a atenção para um fato interessante. Afirma que fará utilização da definição usualmente conhecida da categoria abordada, bem como afasta sua ligação com qualquer definição específica de algum ordenamento jurídico, nos seguintes termos:

“Due diligence” is commonly defined as “action that is considered reasonable for people to be expected to take to keep themselves or others and their property safe”.^[1] In practice, it is about asking the right questions, obtaining and verifying information and applying common sense.

Where we use the term “due diligence” in the toolkit, we are referring to this common definition and not to any legal definition which may exist in certain legislation.

[1] Cambridge Advanced Learner’s Dictionary & Thesaurus, Cambridge University Press (RESPONSIBLE ART MARKET, 2017b).

A ausência de vinculação a um conceito jurídico específico atesta novamente o caráter moldável a diversos tipos de ordenamentos e transações de obras de arte, conforme suas próprias peculiaridades. Portanto, o documento se utiliza de uma conceituação aceita de um certo modo geral, sem apego a qualquer forma jurídica específica. Além disso, facilita a linguagem e a utilização por um espectro maior de entes no mercado da arte.

No que se refere ainda à importância de utilização da *due diligence*, o documento aponta seu papel primordial no gerenciamento de riscos financeiros e de manutenção da reputação da entidade que a implanta:

For anyone involved in art transactions, due diligence is important for managing reputational and financial risks. Situations where due diligence is advised include:

- Acquisitions, sales, donations, loans and exchanges of artworks;
- Management of art collections by fiduciary service providers and advisors;
- Financial transactions and investments involving artworks including loans secured against artworks;

- Curation of exhibitions and art fairs;
- Arranging insurance, storage and/or transportation of artworks (RESPONSIBLE ART MARKET, 2017b).

Os dispositivos trazidos ressaltam novamente que *due diligence* apresenta características basicamente preventivas, principalmente, no que concerne a evitar os riscos mais recorrentes no mercado de arte, como a compra e venda de obras falsificadas, a lavagem de dinheiro, o financiamento do terrorismo, entre outros.

Os riscos a que estão sujeitos os entes envolvem uma grande gama de atividades exercidas nesse setor econômico, que incluem, tanto serviços tradicionais de exibição de obras de arte, feiras, como atividades mais recentes de seguro, transporte e investimento.

Além do mais, um olhar inicial sobre o documento demonstra que *due diligence* envolve uma atividade majoritariamente de pesquisas e recolhimento de informações para alimentar bancos de dados e estruturar programas de *compliance*, da seguinte forma:

Due diligence forms an essential part of art transactions. Investigating and obtaining as much information as possible about the parties to the proposed transaction, the artwork and the transaction itself protects art businesses and collectors and helps art businesses manage their reputational and financial risks (RESPONSIBLE ART MARKET, 2017b).

Nos termos apresentados, poder-se-ia, inclusive, considerar *due diligence* como um dos primeiros passos a serem tomados na implantação de uma estrutura de *compliance*, seja compondo os documentos, que necessitam de aparato em outras regras, seja integrando os programas internos, voltados ao cumprimento dessas normas.

O *Basel Art Trade Guidelines* (2012), diretrizes elaboradas pelo executivo Thomas Christ e pela advogada Claudia von Selle, por sua vez, destinam uma parte de seu texto para ressaltar a importância da *due diligence*, nos seguintes termos:

Due diligence before sale is crucial to establishing transparency on provenance, including rights of disposal, third party rights, authenticity and, finally, the price of the art object. The identification of the art object is verified through due diligence and determines the commitments the seller has to the buyer, and the responsibilities of the art market operator in concluding the operation. In general, an art market operator's best efforts should be at least equal to the due diligence endeavours he would undertake when acting for his own account and responsibility (*diligentia quam in suis*) (CHRIST; VON SELLE, 2012, p.12).

Nesse ponto, o documento enaltece a conexão entre a garantia da transparência nas transações de obras de arte por meio da *due diligence*. Além do mais, é possível perceber que a questão da transparência se apresenta como um objetivo que transcende as partes e o objeto da negociação. Não está, dessa forma, conectada unicamente à interação entre os participantes do negócio jurídico, mas deve permear todo mercado de arte. A proposta apresenta, assim, um interesse mais abrangente do que transações esparsas.

Essa linha de pensamento pode ser verificada com mais clareza mais adiante nas *Guidelines*, quando destacam especificamente que a condução da *due diligence* nesse ambiente econômico apresenta duas funções. Uma mais estreita, direcionada a sujeitar o vendedor e o comprador para que mantenham a ética nas transações. E uma outra função mais ampla, destinada a combater a concentração de mercado, ao possibilitar que as duas partes da transação tenham amplo acesso a informações sensíveis para a operação, com as seguintes palavras:

On the one hand the BAT guidelines propose due diligence requirements for contractual partners (namely seller and auction house or art dealer and buyer). On the other hand, they offer a guarantee of equal competitive conditions to participating market operators. Observance of the BAT Guidelines will mean that a competitive advantage can no longer be gained by disregarding due diligence obligations. These Guidelines therefore contribute to the creation of fair trade in what is currently a highly irrational and obscure market (CHRIST; VON SELLE, 2012, p.09).

Nesse sentido, é possível perceber que a *due diligence* proposta pelo BAT possui também a função de reduzir a assimetria de informações no mercado. Como mencionado no capítulo 01, uma das características mais marcantes das transações no mercado de arte é, justamente, o desequilíbrio no acesso a informações por parte de alguns participantes das negociações.

Dessa forma, a assimetria de informações pode ser reduzida pelo cumprimento dos passos propostos pela *due diligence* no documento analisado, tendo em vista que seu objetivo consiste em aprimorar os conhecimentos sobre a transação, o cliente e a obra de arte negociada.

O documento não apresenta, entretanto, uma definição do que se entende por *due diligence*, assumindo, assim, que o seu destinatário já tenha um conceito formado ou genérico a respeito de seu alcance. Nessa linha, assume uma postura que se aproxima àquela do *Toolkit* do RAM, ao preferir não se ancorar a nenhum

conceito hermético ou nacionalizado. Por outro lado, em seu preâmbulo, afirma a *due diligence* como um dos elementos centrais das *guidelines*.

No documento, há menção ainda à outra espécie, a *enhanced due diligence*, que poderia ser traduzida como devidas diligências aprimoradas. Devem ser conduzidas na hipótese de não se conhecer a identidade do comprador ou se a proveniência ou a autenticidade do objeto de arte oferecerem grandes dúvidas (CHRIST; VON SELLE, 2012, p. 13).

Dessa forma, devem englobar atividades de pesquisas mais minuciosas relacionadas aos participantes das transações, à origem do objeto, utilizando-se das seguintes ferramentas:

Enhanced due diligence involves, at least, the following efforts: Obtaining additional independent expertise, consulting expert committees and gathering second/further opinions, checking of additional databases, registers and listings, professional background check on the seller, research on previous art trade activities involving the seller (possibly facilitated by the other participants in this initiative), and information requests to relevant law enforcement authorities (CHRIST; VON SELLE, 2012, p. 13).

Ainda de acordo com o documento, após a condução da *enhanced due diligence*, caso os problemas não sejam solucionados, dois cenários podem ser verificados. O primeiro corresponde à proveniência incerta, quando as diligências oferecem informações insuficientes ou incertas:

[...] the art market operator should propose to the seller full disclosure of these findings to the buyer and to provide a purchase back guarantee or its equivalent, to address the possible consequences of the unclear provenance. Should the seller refuse such disclosure and guarantee, the market operator will abstain from providing his services (CHRIST; VON SELLE, 2012, p.14).

O segundo cenário, por sua vez, diz respeito a uma proveniência duvidosa. Dessa forma, na hipótese de haver dúvidas relevantes a respeito do histórico da obra de arte sob negociação, as *guidelines* propõem o seguinte:

Should the enhanced due diligence or similar third party information lead to serious doubts or well founded suspicion that the art object was stolen, illegally imported or otherwise illicitly obtained, the art market operator must inform the appropriate local authorities. In such a case, the object in question has to be held in trust/custody by the art market operator until the respective law enforcement agency gives further instructions. The sellers of such 'objects of doubtful provenance' have to be informed by the operator

regarding the potential opening of procedures and the operator's cooperation with the respective authorities (CHRIST; VON SELLE, 2012, p.14).

Interessante perceber que as *Guidelines* possuem como objetivo serem difundidas no mercado de arte entre todos os seus integrantes, a fim de criar certa uniformização no que tange à expectativa de conduta pelas partes numa transação. Portanto, almejam gerar uma consciência coletiva no que concerne à regulação do mercado por parte de seus próprios entes privados.

O documento da Christie's, *Christie's Guidelines for Dealing with Nazi-era Art Restitution Issues* (2009), por sua vez, tem um caráter bastante específico, sendo voltado exclusivamente às medidas que devem ser tomadas diante da possibilidade de se estar negociando uma obra de arte saqueada pelos nazistas. Não há menção ao termo *due diligence* em seu texto. Todavia, é permeado por medidas e passos concretos a serem tomados dentro da instituição diante do cenário mencionado.

Nesse sentido, não há razão para não se considerar as medidas apresentadas como práticas de *due diligence* e pertencentes a um programa interno de conformidade. A inexistência de menção explícita ao termo não faz com que o documento tenha inutilizado essa prática.

Para finalizar, entre os documentos avaliados, o *Toolkit do Responsible Art Market* apresenta-se como um dos mais completos, tendo o cuidado de dividir as diversas espécies de *due diligence* que devem ser colocadas em prática, como aquelas relacionadas ao objeto, ao cliente e à própria transação.

Além disso, tendo em vista ser um documento com caráter genérico, pode ser aplicado internamente em diversas espécies de entidades do mercado da arte, sejam elas casas de leilão, museus, galerias de arte, feiras de arte, entre outros. Nesse ponto, funcionam como pilar fundamental do *compliance* por atuarem enquanto mecanismo de autorregulação partindo de seus próprios entes.

É nítido, por fim, que os passos elencados não servirão para todas as transações envolvendo o mercado de arte. Todavia no que tange à verificação da procedência e autenticidade da obra, poder-se-ia afirmar que seriam essenciais enquanto integrantes da *due diligence*.

b) O Combate ao Financiamento do Terrorismo e à Lavagem de Dinheiro

O combate ao financiamento do terrorismo e à lavagem de dinheiro se apresenta como um dos temas mais recorrentes no mercado de arte atual. Como a própria atualidade do tema, sua relação com esse setor econômico vem sendo cada vez mais discutida. Além de que soluções vêm sendo, aos poucos construídas, à medida que os estudos sobre a temática ganham maiores adeptos. Ressalte-se que os dois ilícitos já foram apresentados no capítulo 01, item 1.4.4.

Um dos documentos avaliados na presente dissertação e elaborados pelo grupo RAM, o *Guidelines on Combatting Money Laundering and Terrorist Financing* (2017), dedica-se exclusivamente a elencar medidas de enfrentamento dessas duas espécies de ilícitos. Após delinear brevemente as características do financiamento do terrorismo e da lavagem de dinheiro, a *Guideline 2* chama especial atenção para a preliminar necessidade de se observar as leis do país onde a transação da arte está sendo realizada (RESPONSIBLE ART MARKET, 2017a).

Ressalte-se que, nesse sentido, corrobora a ideia defendida pela presente dissertação de que o *compliance* consiste em um sistema de regulação multifacetada, no qual coexistem diversos mecanismos de regulação. Além disso, o documento reforça a teoria ao destacar que “A single, harmonised, global legal regime does not exist” (RESPONSIBLE ART MARKET, 2017a). Não se pretende aqui discorrer a respeito da possibilidade da existência de um único sistema de regulação global, mas de demonstrar a coexistência de várias modalidades de atividades regulatórias às quais as entidades do mercado de arte se submetem e que se encontram na figura do *compliance*.

Em seguida, são apresentadas as medidas de *due diligence* voltadas a identificar atividades suspeitas no que concerne ao cliente, à transação e à própria obra de arte. No que tange a esse ponto, não há muitas diferenças em relação às etapas de verificação propostas pelo *Toolkit* aplicáveis a todas as transações no mercado de arte.

A *Guideline 3* (RESPONSIBLE ART MARKET, 2017a), por sua vez, aponta ser essencial conhecer o cliente e detectar alguns alertas em relação à pessoa. Esses alertas são descritos da seguinte forma pelo documento sob análise:

Examples of client red flags include, where the client is a “Politically Exposed Person”, an “offshore company”, or resident of a country on the FATF watch list. Other examples of client red flags can be found in the Client Red Flag List.

Practical measures Art Businesses can adopt to help identify client red flags may include (depending on the circumstances and resources available):

- Screening the names of clients, beneficial owners and intermediaries against PEP lists, sanctions lists, terrorist financing and other watch lists and similar information issued by government and international organisations from time to time;
- Media searches using the names of clients, beneficial owners and intermediaries and other appropriate Keywords (RESPONSIBLE ART MARKET, 2017a).

As entidades que negociam arte devem, assim, checar os seus clientes em sites oficiais, governamentais ou de entidades transnacionais, que listem possíveis criminosos e terroristas. Interessante perceber que, constantemente, observa-se a interação entre diversos ordenamentos, bem como entre entidades públicas e privadas. Não há meios, assim, de se proceder a uma regulação do mercado sem a coordenação dos diversos mecanismos existentes.

Retornando à descrição das *Guidelines*, ao se identificar os sinais de alerta por meio dos métodos indicados anteriormente, a entidade deverá conduzir uma *enhanced due diligence*, da seguinte forma:

Enhanced due diligence generally involves requesting and/or obtaining additional information or documentation. The Art Business should document the enhanced due diligence it undertakes on its clients (for example by printing sanction list information and the results of keyword internet searches etc.). Art Businesses should keep all documents and data for a reasonable period in line with any legal time periods applying in the jurisdiction where it is carrying out business (RESPONSIBLE ART MARKET, 2017a).

Deve-se destacar que o termo *enhanced due diligence* já foi apontado anteriormente, tendo sido utilizado pelo documento do *Basel Art Trade Guidelines*. Envolve, de maneira bem sistemática, um aprofundamento das diligências a serem realizadas a respeito da transação em andamento.

O segundo passo consiste em verificar possíveis sinais de alerta em relação à obra de arte que é objeto da transação. Deve-se checar se a parte na transação, de fato, possui a propriedade da obra de arte e o histórico de procedência do objeto, a partir dos seguintes elementos:

Documents which can be helpful in establishing ownership and provenance include; invoices, receipts, dated photographs, insurance records, valuations, official records, exhibition catalogues, invoices for restoration work, diaries, dated newspaper articles, original signed and dated letters. In addition to assisting with AML checks, provenance and ownership information when combined with a physical examination of the artwork and technical analysis and dating of materials used, plays an important role in helping to establish the authenticity of artworks (RESPONSIBLE ART MARKET, 2017a).

Da mesma forma que na primeira etapa descrita anteriormente, a respeito da averiguação do cliente, deve-se proceder a uma *enhanced due diligence*, na hipótese de sinais de alerta. Segundo o documento, há três grandes alertas de que há algo errado com a transação. A primeira corresponde à obra de arte ter sido apresentada com pouca ou nenhuma documentação. Nesse caso, as diretrizes apontam que:

Conduct independent research including technical analyses if appropriate • Inform potential buyers of the extent of information available about the artwork • Check databases of lost and stolen art. Examples include: Interpol's "Works of Art" database, The Art Loss Register, The International Council of Museums "Red Lists" database (RESPONSIBLE ART MARKET, 2017a).

A segunda hipótese corresponde ao cenário diante do qual o vendedor não queira apresentar evidências escritas a respeito da procedência da obra. Diante disso, é recomendado conduzir as seguintes atividades: “• Conduct enhanced due diligence • Check databases of lost and stolen art. Examples include: Interpol's "Works of Art" database; The Art Loss Register and The International Council of Museums "Red Lists" database” (RESPONSIBLE ART MARKET, 2017a).

A terceira hipótese apresentada corresponde à possibilidade de se estar diante de uma obra de arte que seja uma antiguidade; ou cuja origem seja um país em que está ou passou por um conflito recentemente. Nesse cenário, deve-se seguir as seguintes diretrizes:

• Conduct enhanced due diligence including obtaining independent verifiable third party documents and evidence that the artwork has been out of its country of origin for a considerable time and has not been recently looted or dug out of the ground • If insufficient information or evidence is available to confirm the artwork has not been recently looted or dug out of the ground, consider declining the transaction (RESPONSIBLE ART MARKET, 2017a).

A terceira e última etapa, por sua vez, consiste na verificação da própria transação. Conforme as diretrizes apresentadas pelo documento, trata-se da etapa mais complexa e com mais variáveis existentes. Nesse cenário, deve-se adotar os seguintes procedimentos, caso o cliente seja evasivo em relação à apresentação de documentos concernentes à sua identidade ou propriedade; caso o cliente providencie informação que aparentemente seja falsa; ou caso o comprador insista em pagar com cartão de crédito desconhecido ou com *cash cards*: “• Request additional information / verification documentation and record client’s response • If not satisfied with the client’s response, consider: - not proceeding with the transaction - reporting obligations” (RESPONSIBLE ART MARKET, 2017a).

Além disso, na hipótese de o cliente, sem uma razão plausível, operar por meio de múltiplas companhias de investimento privado ou *offshores* cujas propriedades, controles ou beneficiários sejam incertos, deve-se: “• Request additional information / verification documentation to identify the “ultimate beneficial owner(s)” (i.e. physical person(s)) behind these structures • Record the client’s response” (RESPONSIBLE ART MARKET, 2017a).

Na hipótese de o comprador apenas querer utilizar grandes quantidades de dinheiro, deve-se: “• Do not accept cash payments above a certain limit • Check the “Country Guides” for the legally imposed cash payment limits in the jurisdictions where you are operating” (RESPONSIBLE ART MARKET, 2017a).

Além disso, ainda no que tange ao comprador, caso ele insista em realizar múltiplos pagamentos em pequenos valores com dinheiro por uma única ou conectada transação, o documento recomenda que: “• Do not accept multiple cash payments for the same or connected transactions • Consider the aggregate amount of cash payments made by the client to determine if the relevant cash payment limit is reached” (RESPONSIBLE ART MARKET, 2017a).

As etapas de prevenção, voltadas às atividades de financiamento do terrorismo de outras atividades ilícitas, podem ser evitadas, em geral, seguindo-se os mesmos passos propostos pelo *RAM*. Não há, por enquanto, medidas específicas de combate ao terrorismo proposto pelo documento. As medidas podem ser compreendidas como aplicáveis a quaisquer transações no mercado de arte, além de evitar quase todas as espécies de ilícitos que nele existem.

A *Guideline 6* indica a necessidade de manter arquivos, da seguinte forma: “It is important that Art Businesses maintain records of the due diligence checks they carry out and have systems in place for recording and storing the documentation and information they gather in the course of their due diligence and other enquiries” (RESPONSIBLE ART MARKET, 2017a).

Portanto, todos os procedimentos que são conduzidos durante as transações deverão constar de uma base de dados, a fim de que as seguintes situações possam ser atingidas. A base de dados serve, inclusive, como uma forma de realizar um controle de legalidade dos atos e acompanhamento das medidas e transações conduzidas pela entidade em suas atividades cotidianas.

A *Guideline 7*, por sua vez, traz um tema abordado no capítulo 02, quando se tratou dos programas de *compliance*. Refere-se à necessidade de treinamentos periódicos do *staff* da instituição. Além de fornecer atualização na forma como conduzir os procedimentos, os colaboradores devem também ser atualizados no que diz respeito aos próprios riscos das atividades que almejam evitar (RESPONSIBLE ART MARKET, 2017a).

Por fim, a *Guideline 8* estabelece a necessidade de saber agir quando houver suspeitas de uma transação voltada à lavagem de dinheiro ou que omita financiamento ao terrorismo. Desse modo, o documento apresenta duas soluções simples:

Where the circumstances of a transaction give rise to grounded suspicions of Money Laundering or Terrorist Financing and in the absence of a plausible explanation or further documentation allaying those suspicions, Art Businesses should consider:

- refraining from entering into or completing the transaction; and/or
- reporting the suspicions to the appropriate authorities in the relevant jurisdiction, where an obligation to report exists (RESPONSIBLE ART MARKET, 2017a).

Havendo, assim, possíveis indícios de que a transação, na verdade, esconde elementos de lavagem de dinheiro ou tem como objetivo fornecer meios de financiar o terrorismo, jamais deve-se prosseguir com as negociações. Além disso, deve-se reportar às autoridades do país onde está sendo realizada. Entretanto, o documento aponta essa última obrigação apenas no caso de ser compulsório pelo ordenamento jurídico que é palco da transação.

Interessante perceber que o Código de Conduta da Sotheby's (2014) utiliza, do mesmo modo que o documento do *RAM*, uma única seção para abordar os dois temas, o combate ao financiamento do terrorismo e à lavagem de dinheiro. De maneira resumida, a entidade apenas aponta de forma genérica que está comprometida com a prevenção desses dois ilícitos no mercado de arte.

Além disso, merece outro ponto de destaque a menção no documento ao fato de a casa de leilão respeitar as leis existentes no país em que realiza negócios, no que diz respeito ao combate à lavagem de dinheiro e ao financiamento do terrorismo, bem como a adoção de uma *Worldwide Anti-Money Laundering and Combating Terrorist Financing Policy* ("AML/ CTF Policy") (SOTHEBY'S, 2014, p.42).

No *Basel Art Trade Guidelines* (2012), há menção, ao longo de seu texto, à necessidade de se combater a lavagem de dinheiro. Ao tratar dos *standards* a serem aplicados a todos os entes do mercado, apontam a imperatividade de as identidades do comprador e vendedor serem conhecidas no âmbito da transação. Dessa forma, a regra se coaduna com normas regulatórias de prevenção do ilícito (CHRIST; VON SELLE, 2012, p. 11).

Algumas medidas são exigidas por lei. Todavia, há outras sugeridas ou obrigatórias, existentes nos documentos avaliados. Em relação a *Christie's*, não há menção, em virtude de o documento ser especificamente voltado para lidar com a questão de objetos saqueados pelos nazistas.

c) A proteção aos direitos culturais e ao patrimônio cultural

Um elemento do aspecto da concretização do *compliance* que merece ser destacado é a implantação de medidas de proteção dos direitos culturais e do patrimônio cultural. Mesmo se tratando exclusivamente do aspecto econômico das transações de obras de arte, jamais se pode olvidar dos elementos culturais nelas envolvidos.

Dessa maneira, avaliar alguns dos entes centrais do mercado de arte e com atividades de *compliance*, implica a necessidade de observar sua aproximação com elementos culturais. Nesse sentido, devem ser observadas as formas pelas quais se deve resguardar os direitos culturais de um povo e o seu patrimônio cultural no âmbito de transações artísticas.

A fim de demonstrar a impossibilidade de se desvincular completamente o tema das transações no mercado de arte com a proteção à cultural, é possível destacar que, de acordo com Jan Hladik (2013, p.17), “Cultural objects are often closely linked with the history and culture of the nation that produced them, and the loss of such items can be detrimental to the cultural identity of the nation of origin”. Desse modo, é inconcebível se pensar na ruptura completa da obra de arte com seu local de origem.

Iniciando-se pelo Código de Conduta da Sotheby's (2014), há uma seção intitulada da seguinte forma “Our Commitment with the Communities in which Sotheby's Operates” (2014, p.52). Nesse ponto, é necessário ressaltar que se esperava, ao ler o título, alguma referência ao respeito à cultura da localidade onde está inserida determinada unidade da Sotheby's. Na verdade, o título envolve o levantamento de fundos para caridade e a proteção ao meio ambiente.

Mesmo que os temas tratados sejam de extrema relevância e apontem para a responsabilidade social da casa de leilão, a ausência de menção à proteção cultural torna o documento falho nesse aspecto.

Não há, assim, direcionamentos concretos e específicos sobre como respeitar as culturas locais, bem como os objetos submetidos à casa de leilão para transações. Deve-se destacar, entretanto, não indicar que a entidade não adote quotidianamente meios de salvaguardar as culturas envolvidas em suas atividades. Essas medidas apenas não vêm destacadas em seu documento interno.

Defende-se, todavia, na presente dissertação, que aspectos relacionados à proteção cultural são essenciais em documentos que prezem pela ética nas negociações e na condução das atividades de entes do mercado de arte. Facilita-se, assim, o conhecimento por parte de entes externos à instituição acerca de sua responsabilidade e credibilidade com os elementos culturais de determinado local.

As *Guidelines* da Christie's, por sua vez, são exclusivamente voltadas ao tema da restituição de objetos de arte saqueados pelos nazistas. Nesse ponto, importante frisar que o retorno de objetos retirados de seu local de origem durante o nazismo se trata de um espectro da proteção cultural observado nos documentos de *compliance*.

No documento mencionado, a casa de leilão se compromete a adotar procedimentos que estabeleçam a transparência nas transações e facilitem o

combate à circulação de obras de arte saqueadas e o seu devido retorno à origem, nos seguintes termos:

Christie's is committed to promoting clear and transparent procedures for dealing with provenance issues and ownership claims from the Nazi-era (1933-45), including taking reasonable and appropriate steps to prevent stolen objects from circulating in the art market and, in particular, resolving Nazi-era provenance issues before offering objects for sale (2009, p.01).

O dispositivo reflete e se coaduna com uma grande preocupação atual no mercado de arte, voltada ao retorno dos objetos saqueados pelos nazistas ou por criminosos que operam em regiões conflituosas e de guerras, como na Síria. No documento sob análise, há uma lista de passos a serem seguidos pelos funcionários da *Christie's* diante da possibilidade de o objeto consignado à casa de leilão ter sua procedência nebulosa.

Diante disso, a entidade trabalhará com o consignante, a fim de reunir o maior número de informações possíveis a respeito da proveniência do objeto. Além disso, disponibilizará a maior quantidade de indicativos a respeito da procedência da obra em seus catálogos e materiais promocionais. Se a entidade entender que, de fato, há problemas na procedência do objeto, entrará em contato com o reclamante, sem disponibilizar a identidade do consignante, a fim de saber se há intenção de reclamar o objeto para si. Caso haja, a instituição solicita que o pedido seja instruído com todas as informações em posse do reclamante (CHRISTIE'S, 2009, p.01-02).

O *Basel Art Trade Guidelines – BAT* (2012), por sua vez, não faz referência à questão cultural ou ao retorno de objetos culturais. Pode-se, entretanto, observar uma conexão, mesmo que distante, nas conclusões, ao final do documento, que podem ser transcritas abaixo:

However, the authors of this paper are of the opinion that today's deregulated art market risks being contaminated by doubtful or even criminal market players. It is therefore not the primary motivation of the BAT Guidelines to focus on single cases of trade with stolen or forged art objects. These matters are already taken care of by national jurisdiction and by specific legal provisions protecting the damaged parties and sanctioning the perpetrators. Rather, the BAT Guidelines seek to self-regulate two matters that have not yet been sufficiently addressed at a global level, namely the provenance of an art object and the provenance of the funds. If the BAT Guidelines address these matters, they do so with the intention of preventing the international flow of illicit funds and the trade in stolen or fake art objects. The latter might well be instigated or organised by the same dubious organisations or individuals involved in money laundering (CHRIST; VON SELLE, 2012, p.23).

Uma das grandes preocupações e objetivos do *BAT* é atuar na autorregulação da proveniência do objeto de arte e dos fundos utilizados para adquiri-lo, tendo como um dos objetivos evitar a circulação de objetos roubados ou falsificados. Nesse ponto, a preocupação com o aspecto cultural revela-se em segundo plano, porém indiretamente tangenciado.

d) Responsabilidade nas transações

Um dos elementos identificados em alguns dos documentos avaliados no presente capítulo refere-se à responsabilidade pela violação ao próprio documento instituído. Entretanto, esse elemento pode ou não estar presente nas diversas diretrizes estabelecidas pelo mercado de arte.

Trata-se de responsabilidade pelo descumprimento do documento de origem privada, diferente da responsabilidade legal estabelecida pelos ordenamentos jurídicos. Nesse sentido, os entes privados estabelecem algumas sanções, a fim de que não haja descumprimento às diretrizes por ele impostas. Essas sanções podem ser direcionadas aos entes com quem as entidades realizam negócios ou podem ser impostas a todas as entidades que se submetem à autoridade emissora das normas.

Conforme o Capítulo 02, no item 2.5, no qual se tratou a respeito do fenômeno da privatização do *compliance*, é comum atualmente estabelecer regras entre entidades privadas que realizam transações entre si, componente integrante do fenômeno da privatização do *compliance* (KILLINGSWORTH, 2014, p.02).

Ainda se pode mencionar uma terceira hipótese de responsabilidade nas transações, ou seja, aquela direcionada aos funcionários da entidade privada. Nessa linha, há menção no Código da *Sotheby's* de violação às suas próprias diretrizes. Interessante perceber que não faz menção àqueles que realizam negócios com a casa de leilão, mas apenas aos seus funcionários, da seguinte forma: “Discipline for Code violations will vary depending on the facts and circumstances of each situation, and can range from reprimand to termination of employment” (2014, p.11).

O *Basel Art Trade Guidelines* (2012) dedica uma seção inteira ao tema da responsabilidade. Como se trata de um documento que pretende reger normas globais de regulação do mercado, a responsabilidade não está vinculada àquela

perante o Estado, mas à responsabilidade criada pelo ente para reger as partes de uma transação.

Os dispositivos 6.2.1 e 6.2.2 apresentam duas espécies de responsabilidade por parte daquele que vende a obra de arte. A primeira espécie é a responsabilidade limitada, aplicada no caso de a identidade do comprador puder ser identificada, bem como todas as diligências terem sido tomadas antes da realização do negócio. Por sua vez, a segunda modalidade, a *strict responsibility*, na hipótese de a identidade do comprador não ser conhecido ou de não ter agido conforme as devidas diligências. Nesse sentido, os dispositivos vêm delineados da seguinte forma:

6.2.1. Limited responsibility

If the identity of the seller and the buyer is disclosed (see 3 above), and due diligence duties have been properly observed (see 4 above), the art market operator will only be liable for those deeds that he is usually responsible for in the conduct of his own dealings (*diligentia quam in suis*; see 4.1.).

6.2.2. Strict responsibility

If the seller's identity is not disclosed, or the market operator otherwise breaches his due diligence obligations, he will be liable to the buyer also in cases of unclear provenance or unresolved questions regarding the genuineness of the art object, provided the buyer acquired the object of art according to applicable laws and free of any legal impediments (CHRIST; VON SELLE, 2012, p. 15).

De acordo com os dispositivos acima destacados, a regra geral indica que cada parte da negociação seja responsável pelas consequências das suas próprias obrigações na condução do negócio. Diante, todavia, da hipótese de a identidade do vendedor não ser conhecida, este será responsável por qualquer problema que o comprador enfrentar decorrente da procedência incerta do objeto da transação.

e) *Respeito às normas estatais e de outras origens*

É preciso ressaltar que os documentos avaliados fazem menção à necessidade de as entidades do mercado se ativerem às normas internas de cada país no qual são realizadas negociações de obras de arte, bem como a normas de outras origens às quais se sujeitarem.

Destaque-se, assim, que uma das características primordiais do *compliance*, identificadas na presente dissertação, aparece de forma latente nos documentos

averiguados. Mais uma vez, confirma-se a característica do *compliance* enquanto um sistema de regulação multifacetado, em virtude de abarcar diversas legislações e reconhecê-las enquanto meios regulatórios atuando em conjunto.

O *Basel Art Trade Guidelines* aponta que, apesar de se tratar de um documento que possua a ambição de reger relações globais no mercado de arte, “The starting point for the creation of guidelines was therefore to be in line with national legal requirements and simultaneously to respect the requirements of a globally functioning art market” (CHRIST; VON SELLE, 2012, p.08).

Dessa forma, é necessário que os entes do mercado da arte ajam de acordo com as normas internas do país no qual se situam, mas também em relação àqueles onde se localizam seus parceiros de negócios. No que tange ao documento da *Sotheby's*, há menção expressa à necessidade de se respeitarem às leis nos locais onde a casa de leilão atua. Nesse sentido, pode-se observar a seguinte redação do dispositivo:

Sotheby's policy is to obey local law wherever we operate. However, Sotheby's own Code of Business Conduct frequently obliges us to go beyond the legal minimum of a locality and to conduct our affairs according to a higher standard. In the conduct of our business, we endeavor to respect local customs, but we must not use local custom as an excuse for violating applicable laws or corporate policies (SOTHEBY'S, 2014, p.11).

A casa de leilão, portanto, compromete-se com normas mais rígidas do que as de origem estatal. Dessa forma, firma o compromisso no sentido de não se utilizar de outras regras a fim de suplantar normas de caráter público. Além disso, afirma que todas as suas atividades de leilão devem se sujeitar às normas e exigências de licença específicas do local onde atua:

All Sotheby's auctions and private sales are governed by a specific set of rules based both on regional/global law and internal policies covering issues including: the responsibility of auctioneers, bid clerks and client representatives, confidentiality, bidding, reserves, identification and other information relevant to the conduct of an auction. Sotheby's auctioneers must have the necessary licensing from local jurisdictions, must understand and comply with local auctioneering laws and regulations and must understand and comply with Sotheby's worldwide policy on live auctions (SOTHEBY'S, 2014, p.38).

No mesmo sentido, ao tratar de antitruste, o código afirma que está comprometido com o cumprimento de normas criadas pela própria casa de leilão que são, inclusive, mais rígidas que as nacionais, nos seguintes termos:

Sotheby's is committed to strict compliance with all applicable antitrust, competition and trade laws, as well as compliance with the Code and Sotheby's Worldwide Antitrust Policy, which may be stricter than the laws of certain countries where we do business. Everyone, including members of the Board of Directors, is expected to be familiar with and comply with Sotheby's Antitrust Policy and the related laws in the countries where we have operations (SOTHEBY'S, 2014, p.39).

Ao apontar que as regras criadas internamente podem ser mais rígidas que as nacionais, a *Sotheby's* pode estar indicando que referida medida justifica-se pelo fato de a casa de leilão ter se envolvido em um dos maiores cartéis já registrados no mercado de arte²¹.

Em relação aos documentos produzidos pelo *RAM*, tanto as *Guidelines on Combatting Money Laundering and Terrorist Financing* (2017a) como o *Art Transaction Due Diligence Toolkit* (2017b) possuem referências ao cumprimento de leis nacionais. O primeiro documento, em sua *Guideline 02*, aponta no próprio título para a importância de cumprir as normas do local onde se realiza a transação do objeto de arte. Além disso, possui um anexo com a relação de alguns países e suas principais políticas de combate à lavagem de dinheiro (RESPONSIBLE ART MARKET, 2017b). O *Toolkit*, por sua vez, no *Checklist 01*, indica que a identidade do cliente deve ser comprovada mediante documentos válidos e emitidos de acordo com o seu país de origem (RESPONSIBLE ART MARKET, 2017b).

Por último, o documento *Christie's Guidelines for Dealing with Nazi-era Art Restitution Issues* (2009) não faz menção explícita à necessidade de cumprimento de normas de origem interna. Todavia, ao tratar dos passos para se resolver casos de dúvidas fundadas sobre a proveniência do objeto da arte, afirma que, no item 8, diante da hipótese de o consignante e o reclamante não resolverem em 6 meses a propriedade do objeto, à casa de leilão fica reservado o direito de levar a disputa à jurisdição competente (2009, p.02).

²¹ O maior cartel já existente no mercado de arte, entre a Christie's e a Sotheby's foi abordado no capítulo 01, item 1.4.2, da presente dissertação.

f) A proteção ao meio ambiente

Apesar de se associar a proteção ao meio ambiente com a proteção aos direitos culturais, há poucas discussões ainda em relação ao tema. No que tange ao meio ambiente, há uma pequena menção de forma abstrata, ao final do código de conduta da Sotheby's, nos seguintes termos:

Sotheby's recognizes the importance of our responsibilities towards the environment. We strive to identify and understand the environmental aspects of our operations and adopt processes and procedures that encourage the conservation of resources and energy (SOTHEBY'S, 2014, p.53).

O trecho se refere de forma muito ampla e propõe poucas medidas concretas a serem adotadas pela entidade e por seus funcionários. Reconhece-se, no presente trabalho, que os códigos de conduta não devem ser excessivamente detalhados, pois a estrutura dessa espécie normativa deve apenas nortear o agir dos particulares e não especificar e descrever procedimentos. O trecho indicado, entretanto, apresenta-se excessivamente generalista, não indicando a possibilidade de atuação na proteção do meio ambiente.

Percebe-se que a *Sotheby's* reconhece a obrigação de proteção ao meio ambiente, não enquanto entidade do mercado de arte, mas como uma empresa da mesma forma que os outros sujeitos privados. Nesse sentido, o dever de proteção ao meio ambiente, enquanto tendência mundial, não deve atingir grupos específicos, porém todos aqueles que realizem atividades econômicas em busca do desenvolvimento sustentável.

Apesar de não ter identificado práticas concretas da entidade que beneficiem a conservação dos recursos naturais, há uma disciplina disponibilizada pela instituição de ensino da própria *Sotheby's* voltada à preservação de recursos naturais, conforme se pode observar da ementa abaixo transcrita:

Arts Management Masterclass: Cross sector issues in Arts Management (2)

COURSE LEADER: LAURA ZUCKER

Arts organizations often find themselves addressing intractable social sector issues, such as juvenile justice, homelessness and graffiti abatement; health issues, such as music therapy for Alzheimer patients; environmental issues, such as water conservation or waste management, and myriad other cross sector work. Through site visits to arts organizations throughout Los Angeles

deeply engaged in this work, this course will explore the ramifications for arts managers of authentic cross sector work.

A promoção da educação concernente à proteção ao meio ambiente e ao desenvolvimento sustentável das atividades constitui um dos grandes pilares defendidos por instrumentos internacionais.

Destaque-se que os outros dois documentos avaliados não fazem menção ao meio ambiente. No caso dos documentos do RAM, há uma preocupação maior voltada ao processo interno de transação das obras de arte. A Sotheby's, por sua vez, possui outros objetivos como a necessidade de se coadunar a determinadas responsabilidades sociais.

É possível, assim, identificar que o elemento da proteção ao meio ambiente não é próprio à atuação no mercado de arte, mas de qualquer agente econômico. Dessa forma, não se trata de elemento específico de *compliance* no mercado de arte, mas de elemento genérico.

Nesse sentido, esse aspecto pode estar envolto em norma estatal, não sendo necessário criar obrigações extras em documentos particulares para as entidades do mercado de arte. Pode-se, entretanto, criar mecanismos e, mediante uma linguagem clara, delimitar as responsabilidades nos documentos internos.

3.4 Passos iniciais para a concretização do *compliance* no mercado da arte

Há dificuldades intrínsecas em se estabelecer um regramento no âmbito complexo do mercado da arte, capaz de oferecer uma estrutura jurídica apta a suprir todas as especificidades nele existentes. Entretanto, no presente capítulo, pode-se reunir fragmentos de regulação em um setor, normalmente, reconhecido como avesso a práticas preventivas de ilícitos. Além disso, foram verificados elementos de *compliance* em diversos documentos apresentados pelos próprios entes do mercado de arte.

Desse modo, o tópico foi destinado a realizar considerações positivas e negativas a respeito dos documentos avaliados, bem como extrair elementos entre aqueles avaliados que possam ser utilizados em experiências de concretização do *compliance*.

3.4.1 Considerações sobre os Documentos Avaliados

Em primeiro lugar, antes de discorrer a respeito da possibilidade de criação de um modelo de *compliance* para o mercado de arte, é essencial realizar algumas observações a respeito dos documentos avaliados no tópico anterior. Nesse sentido, foram considerados tanto os pontos positivos, negativos e omissões capazes de impactar o meio no qual estão inseridos.

Um ponto essencial deve ser destacado inicialmente. Os documentos produzidos de maneira interna ao ente privado, normalmente, estão vinculados a algum programa de conformidade. Entretanto, não foram identificados com facilidade exemplos de programas e de sua implantação no âmbito da estrutura do mercado de arte.

A divulgação de elementos e de condutas internas bem-sucedidas poderiam servir de parâmetro para outras entidades no mercado de arte. Mesmo que os entes do mercado da arte possuam interesses distintos do *compliance*, exemplos que surtiram bons resultados poderiam ser úteis em suas organizações internas.

Além disso, outro ponto importante que merece ser destacado e que não foi abordado no tópico anterior diz respeito à maneira como as entidades lidam com o segredo nas transações. Trata-se de uma prática bastante corriqueira e tradicional no mercado de arte. Todavia, os documentos não parecem inclinados a propor uma completa exclusão dessa prática do mundo das transações de arte.

Em relação ao código de conduta da Sotheby's, não há menção à forma como lidam com o comprador que prefere se manter em segredo. As informações confidenciais às quais o documento faz referência estão relacionadas à atuação de seus funcionários. Dessa forma, as informações confidenciais são relacionadas aos segredos empresariais internos e não necessariamente ao fato de a Sotheby's manter ou não transações sigilosas.

Deve-se destacar que o sigilo pode ser relacionado à identidade do comprador, à origem do dinheiro e à proveniência da obra de arte. Em relação ao *Basel Art Trade Guidelines*, o documento afirma que a identidade do comprador e do vendedor deve ser sempre conhecida no âmbito das transações de obras de arte. Todavia, é possível impedir que terceiros conheçam as identidades envolvidas, desde que aqueles diretamente envolvidos não se mantenham em segredo

(CHRIST; VON SELLE, 2012, p. 12). Além disso, as *guidelines* apresentam um procedimento padrão que deve ser seguido nos seguintes termos:

These Guidelines propose that even where non-disclosure has been requested the identity of the seller or buyer has to be communicated by the market operator to third parties with a legitimate legal interest using the following procedure: The market operator communicates the request for disclosure to the concerned party (seller/buyer) granting a reasonable time for response. If the latter opposes such a disclosure request explicitly and with a legitimate reason, the final decision will be determined by the Advisory Board (see 9.2.2) which will seek to balance the various interests at stake (*in câmara* procedure). If the Advisory Board grants disclosure, the third party may communicate the identity of the seller/owner only in connection with the said third party's legitimate legal interest, and this must be confirmed in writing to the market operator before any such disclosure is made (CHRIST; VON SELLE, 2012, p. 12).

Desse modo, não necessariamente os documentos apresentados defendem a extinção por completo do segredo no mercado de arte. De certa forma, admitem a prática, e, no caso do *Basel Art Trade Guidelines*, ampliam a responsabilidade daquele que opta por manter sua identidade sob sigilo.

Entretanto, é necessário reconhecer de maneira mais explícita essa prática dentro do mercado de arte e propor medidas mais eficientes de combate, tendo em vista que serve como mecanismo de facilitação da lavagem de dinheiro e financiamento ao terrorismo, por exemplo.

Outra questão que merece ser ressaltada, mas que também não foi abordada de maneira específica nos documentos avaliados anteriormente, diz respeito à responsabilidade social dos entes privados do mercado de arte. O Código da Sotheby's aparenta conceder um pouco mais de atenção a esse ponto especial do que as outras entidades. Entretanto, deve-se ressaltar que os entes privados, como as empresas, não devem ficar à margem dessa temática tão debatida atualmente.

Resumidamente, deve-se considerar que, em termos econômicos, a responsabilidade social corporativa, de acordo com Marc T. Jones e Matthew Haigh (2007,p.61) envolve dois aspectos. O primeiro corresponde a uma maior internalização das externalidades negativas, enquanto o segundo diz respeito a maior geração de externalidades positivas. Portanto, em termos práticos, traduzidos a partir de uma linguagem econômica, envolve contribuições ao meio social em que está inserida, bem como a contenção de consequências negativas da produção empresarial, como a poluição ao meio ambiente.

A responsabilidade social considera, assim, o ente privado como pertencente a determinado meio ao qual deve direcionar condutas positivas, em face da realização de transações que possuam algum impacto negativo na sociedade. Nesse ponto, pode-se inclusive acrescentar a questão cultural que deveria ser abordada com mais firmeza pelos documentos existentes no mercado de arte. Trata-se de questão elementar a ser considerada nas transações artísticas.

Apesar de não terem sido identificados elementos específicos nos documentos avaliados, há outros no mercado de arte direcionados prioritariamente à proteção de determinados grupos culturais no momento de realização das transações de obras de arte. Há documentos, por exemplo, especificamente voltados à proteção de grupos particulares com os aborígenes, como o *Indigenous Art Code* (2010) e o *Code of Practice for galleries and retailers of Indigenous Art* (2007), ambos australianos. Nesse sentido, importante mencionar alguns dispositivos específicos a fim de se compreender como ocorre a sua abordagem específica em códigos de ética e conduta.

O *Code of Practice for galleries and retailers of Indigenous Art* (JANKE, 2007). Desenvolvido pela prefeitura de Melbourne, Austrália, em parceria com galerias e negociantes de arte indígena, objetiva garantir a proteção da arte indígena em seu âmbito de negociações comerciais. De acordo com suas disposições preliminares, o documento objetiva apontar diretrizes para a forma com as galerias e negociadores de arte devem dispor dos objetos e a forma como devem interagir com os artistas indígenas. Além disso, visa a encorajar sua utilização por artistas, galerias, museus, livrarias, instituições culturais, entre outras entidades de promoção cultural (JANKE, 2007, p.04).

O código de boas práticas ressalta a importância de que as entidades que comercializam obras indígenas promovam a difusão da diversidade e da cultura dessas comunidades. No item 3.1 indica o que segue:

Galleries and retailers will promote the diversity of Indigenous arts and cultures respectfully by recognising: 3.1.1. there are many different Indigenous cultures throughout Australia; 3.1.2. Indigenous artists use both natural and new media materials; 3.1.3. Indigenous cultures are dynamic; and 3.1.4. Indigenous artists live in isolated, city and rural communities (JANKE, 2007, p.05).

Portanto, a comercialização de obras indígenas, de acordo com esse dispositivo, deve envolver a correta atribuição e a indicação dos contextos culturais desses objetos.

A seção 6 do documento, por sua vez, acerca da representação dos artistas e de sua cultura, indica que termos depreciativos jamais poderão ser utilizados, como Abo, part-Aborigine, full-blood, half-caste. Estabelece ainda que devem ser mencionados os termos Indígenas e Aborígenes com letras iniciais maiúsculas. Na mesma seção, item 6.2.4, determina que as galerias e negociadores devem consultar os povos indígenas na utilização das palavras de sua comunidade (JANKE, 2007, p.08).

Ainda em relação ao Código mencionado no parágrafo anterior, importante destacar que o documento enaltece a necessidade de que os símbolos indígenas, como bandeiras, imagens e palavras, sejam representados de forma adequada. A veiculação de imagens, para fins comerciais, sem a associação com sua importância cultural menospreza seu valor (JANKE, 2007, p.08).

Sobressai, assim, a necessidade de representação adequada da cultura indígena. Além disso, nos documentos mencionados a proteção indica a necessidade de estabelecer meios que garantam a correta veiculação de práticas culturais. Apesar de serem documentos voltados a uma situação particular, envolvendo obras indígenas, servem como exemplo para a formação de diretrizes que atentem com cautela para a comunidade cultural que está sendo representada em determinada transação de obra de arte.

3.4.2 É possível estabelecer um modelo de concretização do compliance no mercado de arte?

É preciso frisar que a concepção de um único modelo de *compliance* voltado ao mercado de arte em sua totalidade não, necessariamente, impediria a prática dos ilícitos nele cometidos. Esse sistema econômico apresenta-se bastante complexo e diverso, com cada ente retratando demandas distintas, necessitando, assim, de um emaranhado de ações capazes de incidir sobre todos os seus aspectos sensíveis.

Conforme se tem insistido, ao longo desse trabalho, os padrões regulatórios convencionais baseados na norma estatal não são suficientes para ofertar uma

regulação eficaz para as transações envolvendo obras artísticas. Só por meio da construção de uma estrutura de *compliance* concreta e geradora de efeitos práticos e finalísticos, pode-se atuar na realidade, criando um ambiente saudável e harmônico para essas relações.

Nessa linha, elementos próprios de *compliance* já apresentados por alguns entes foram pinçados, a fim de avaliar seu papel e impacto nesse setor. Verificou-se, então, uma série de características que podem ou não ser compartilhadas com outros entes, inclusive fora do mercado. As pesquisas conduzidas no presente capítulo contribuíram para a construção de, pelo menos, três categorias de elementos de *compliance* a serem verificados no mercado de arte. A fim de categorizá-los, a presente dissertação utilizou como ponto de partida seu compartilhamento com outros setores econômicos.

Nesse sentido, há a possibilidade de se detectar, pelo menos, três espécies de elementos de *compliance* que possam compor modelos existentes nesse setor econômico. Pode-se encontrar elementos genéricos, ou seja, aqueles que são compartilhados por diversas espécies de sujeitos econômicos, integrantes ou não do mercado de arte. São, dessa maneira, componentes próprios a estruturas empresariais. Poder-se-ia encaixar, por exemplo, a ferramenta da *due diligence* que, normalmente, é utilizada em várias espécies de transações comerciais. Todavia, as *due diligence* específicas do mercado de arte, como a verificação da autenticidade e proveniência da obra devem ser enquadradas na segunda categoria.

A segunda categoria diz respeito àqueles que normalmente podem ser adotados por todos os entes do mercado de arte, ou seja, os gerais, independentemente de serem casas de leilão, galerias, feiras de arte, ou outros. Importante nesse momento chamar atenção para os elementos de prevenção e combate à lavagem de dinheiro e ao financiamento do terrorismo.

Por fim, a terceira e última categoria envolve elementos específicos, ou seja, restringíveis a determinados entes específicos do mercado de arte, como especificamente casas de leilão, ou galerias, por exemplo. Nesse ponto, a sugestão de algumas medidas se torna inócua diante da necessidade de averiguar praticamente as necessidades específicas de cada um dos entes em seu cotidiano.

Todos os elementos abordados serviram como meio para se comprovar a hipótese de que o *compliance* no mercado de arte funciona como um sistema de

regulação multifacetado, envolvendo alguns riscos próprios não existentes em outros setores, mas cujo enfrentamento depende de uma rede integrada de combate às atividades ilícitas no setor.

Desse modo, apesar de se reconhecer o mercado da arte como um setor peculiar, singular e específico, é fato que ele partilha de algumas características comuns a todos os outros setores econômicos. Assim, os elementos de *compliance* que precisam ser adotados não se restringem àqueles específicos, mas devem compor um programa eficiente dotado de elementos de todas as categorias apresentadas, inclusive os gerais.

Deve-se ainda questionar-se a respeito da implantação interna desses elementos. Conforme se concluiu no capítulo anterior, o *compliance* possui duas formas de concretização, que são os programas internos e os documentos, como códigos de ética, de conduta, diretrizes, entre outros nomes que possam ser utilizados. Considerando que esses dois meios não caminham de maneira isolada na atuação quotidiana dos entes do mercado da arte, deve-se compreender que os elementos ressaltados anteriormente devem estar presentes em ambos esses espectros.

Além disso, é preciso enfatizar que medidas internas são essenciais, principalmente, em grandes empresas com presença em diversos ordenamentos jurídicos. Todavia, é essencial que haja diretrizes, como aquelas propostas pelo *Basel Art Trade Guidelines* (2012) que servem, justamente, para garantir o equilíbrio e uma certa regulação do mercado. Portanto, medidas internas de estruturação e adequação às mais diversas normas são essenciais. Não se pode olvidar que é preciso ir além da estrutura interna. E o *compliance*, nos moldes atuais, principalmente no que concerne a ser um sistema de regulação multifacetado, parece realizar bem esse papel.

O *compliance* envolve todos os documentos apresentados no presente capítulo, que são responsáveis pela regulação de diversos espectros no mercado da arte, sejam eles internos ou externos à entidade que o aplica. Nessa linha, deve conter uma parcela de autorregulação, tendo como premissa normas externas. Além disso, deve conter estruturas normativas que garantam todos os elementos destacados no presente capítulo, como o combate ao terrorismo e à lavagem de dinheiro; o respeito às diversas espécies de normas, independentemente de sua

origem; medidas de prevenção convertidas em passos de *due diligence*, bem como aspectos da responsabilidade social da entidade.

Portanto, tanto os documentos, que consistem na expressão normativa, quanto as atividades práticas internas devem ter as características acima como direção primordial em suas transações. Além disso, um ponto que precisa de bastante atenção, e pouco abordado em alguns documentos enfrentados, diz respeito à responsabilidade social dessas entidades, conforme verificado no tópico anterior. Defende-se que se trata de um elemento genérico, porém essencial e primordial nas transações.

As normas escritas, sejam elas internas ou externas, auxiliam a uniformização do agir em negociações com terceiros. Do mesmo modo, criam um vetor orientador dos processos de negociação e transações nesse ambiente econômico. Além disso, funcionam como aparato para a implantação dos programas de *compliance* na prática, assim como facilitam o monitoramento das atividades dessas entidades.

Nesse sentido, os dois pilares, programas de conformidades e documentos de autorregulação, identificados no capítulo anterior, necessitam atuar em conjunto, a fim de estruturar solidamente o *compliance* no mercado de arte. Mesmo que o presente capítulo não tenha avaliado de forma específica os programas de *compliance*, a breve análise dos documentos demonstra a necessidade de implantação de sistemas de concretização das medidas neles veiculadas, bem como o monitoramento constante das atividades quotidianamente realizadas.

Deve-se frisar que a estruturação desses programas variará conforme o tamanho e a complexidade das entidades do mercado de arte. Além de que a ênfase nos elementos mencionados também será relativa, de acordo com as necessidades, atuação e porte da entidade, sendo respeitada a base estruturada na presente dissertação.

É bom lembrar que o mercado da arte não enfeixa apenas os interesses privados dos compradores e vendedores, pois engloba uma série de valores que transcendem a órbita estritamente econômica da transação. Diante disso, as casas de leilão, ou entidades similares, assumem uma responsabilidade adicional, não apenas em relação aos seus clientes, mas também quanto a toda sociedade, ou seja, uma responsabilidade social que requer não apenas um olhar para atividades internas.

Em outras palavras, o mercado de arte, mesmo com todas as suas peculiaridades, não pode ser visto nem tratado como meio econômico isolado e intocável. A responsabilidade social, considerada inclusive como um elemento genérico de *compliance* deve possuir papel de destaque nas transações conduzidas por essas entidades. Nesse setor específico, a responsabilidade social deve levar em consideração os aspectos culturais de um povo, o respeito ao meio ambiente, aos artistas, entre outros, características que não foram adotadas expressamente por todos os documentos abordados anteriormente.

Então, a análise das características dos instrumentos difusos, realizados no tópico anterior, possibilitou a apresentação desse modelo *a priori*, a ser implementado pelos entes pertencentes ao mercado da arte. Esse modelo deve se basear em algumas premissas básicas, como observados anteriormente, que ataquem os aspectos mais sensíveis desse setor econômico.

A averiguação desses elementos fundamentais de um modelo *a priori* ou abstrato viabiliza a difusão desse marco regulador nas mais diversas estruturas empresariais destinadas a fomentar o mercado da arte. Não é fácil, dentro de um ambiente fragmentado, desenvolver uma estrutura de *compliance* que se mostre efetiva diante das necessidades especialíssimas desse segmento econômico. Sendo assim, os elementos apontados anteriormente servem apenas como ponto de partida, mas não são capazes de constituir um modelo hermético e aplicável a qualquer entidade de forma eficiente.

Por fim, embora se tenha extraído as características a partir de alguns documentos específicos, inclusive das grandes casas de leilão, não significa que a moldura jurídica que aqui se propõe não seja viável para estruturas empresariais menores. O que se propõe é a edificação de um modelo capaz de ser manejado em qualquer tipo de estrutura voltada para o mercado da arte, mesmo que não represente grandes volumes de transações comerciais.

3.4.3 Exemplo de Concretização dentro da Realidade Brasileira

A construção de um modelo concreto de *compliance* com base nos pilares estabelecidos no tópico anterior deverá respeitar a realidade específica do local onde o ente atua. Mesmo considerando a existência de elementos aplicáveis

independentemente das fronteiras, é certo que que a cultura e o ordenamento jurídico de determinado Estado influenciarão decisivamente a construção de uma estrutura de *compliance*.

No Brasil, normalmente, observa-se que a regulação parte quase que exclusivamente do Estado. Não há muitos movimentos e tentativas de construção de novos meios que possam se alinhar com aquele estatal, sem necessariamente torná-lo inutilizado. Nesse sentido, ainda não se vê muitas movimentações práticas relacionadas a uma preocupação autorregulatória com o setor. Apesar de que nos últimos anos, tem-se visto, cada vez mais, debates e eventos relacionados à temática.

A Associação de Artistas Plásticos do Estado de São Paulo (APAP) disponibiliza em seu sítio oficial as “Normas de mercado recomendadas pela APAP, no relacionado de artistas com galerias de arte, marchands, museus, instituições culturais, leilões de arte, empresas comerciais e público em geral” (2012).

As normas possuem caráter prático e visam, basicamente, a definir remunerações e porcentagem por exposições e vendas destinadas aos artistas por parte de casas de leilão, museus e *marchands*. Pode-se observar ainda que, diferentemente, do que foi tratado anteriormente, as normas mencionadas partem da perspectiva do artista, como um meio de assegurar sua independência e dignidade frente às instituições privadas do mercado de arte.

Nesse sentido, poder-se-ia adicionar mais um elemento de *compliance* a ser respeitado pelas instituições em geral, mais por parte daquelas que atuam no mercado primário de arte²², ou seja, o respeito ao artista. A ênfase em alguns elementos de *compliance* dependerá também da posição da entidade no mercado de arte, se ela atua em relação direta com o artista ou se integra o mercado secundário de arte.

Nada impede, desse modo, que as normas sejam adotadas por outras instituições no país. Todavia, como foi tratado anteriormente, é possível que a realidade local imponha a necessidade de realizar algumas modificações para adaptação ao cotidiano da entidade.

²² Conforme abordado no Capítulo 01, as entidades do mercado primário de arte trabalham quase que exclusivamente com a captação direta de obras de arte dos próprios artistas.

Tendo por base o cenário brasileiro, pode-se propor alguns passos essenciais que englobem as características básicas de um modelo de *compliance* destacadas no tópico anterior.

Em primeiro lugar, é conveniente reunir todas as normas já existentes, às quais a entidade se submeterá, sejam elas internas ao ordenamento brasileiro, normas internacionais e normas já existentes no mercado de arte, como a *Basel Art Trade Guidelines* ou os documentos do *RAM*. Nesse momento, além de observar as normas de caráter compulsório, como as normas brasileiras, deve-se buscar aquelas cujo efeito não seja vinculante, a fim de direcionar as atividades internas.

No Brasil, é importante se atentar às normas gerais de estruturação das empresas, bem como de setores específicos no caso de casas de leilão, por exemplo. No que tange ao *compliance*, a Lei de Anticorrupção, abordada no capítulo 02 aponta que a existência de programas de integridades será levada em consideração para a instituição de sanções. Apesar de facultativa, a criação de programas internos já vem sendo impulsionado pelo ordenamento brasileiro.

Além disso, norma específica voltada ao mercado de arte já foi apontada em outros momentos da presente dissertação. A Portaria nº 396 de 15 de setembro de 2016 do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) que trata de regras específicas voltadas àqueles que negociam antiguidades e obras de arte. O seu art. 6º, por exemplo, estabelece que qualquer transação de obras de arte ou antiguidades, envolvendo o pagamento em espécie de valores acima de dez mil reais, deverá ser comunicado ao Conselho de Controle de Atividades Financeiras (COAF).

Após a seleção das normas necessárias, é interessante reunir todas as informações de maneira clara em um código de conduta interna que seja capaz de transmitir em linguagem clara e direta, a todos os funcionários e parceiros de negociações, as normas às quais se submete a entidade, sejam elas de ordem pública, internacional ou até mesmo de caráter ético.

Nesse momento, pode-se construir também medidas de *due diligence*, tendo por base os riscos às quais está sujeito aquele ente específico, bem como as normas às quais se submete. No caso de uma galeria que atue no mercado primário, diretamente com o artista, a autenticação da obra não pesará tanto em

suas atividades de *due diligence* quotidianas. Todavia, cuidados devem ser tomados no momento das transações, principalmente se envolver altos valores.

Após a construção de um código interno de conduta e elencar as medidas de *due diligence*, deve-se estruturar um programa que atenda às particularidades da entidade, em relação ao seu tamanho e local onde estabelece seu negócio. Nessa etapa, pode-se seguir modelos já existentes, como os mencionados no capítulo anterior ou criar o próprio modelo, mas com mecanismos de controle aptos a exercerem uma fiscalização contínua e integrada.

Por fim, é essencial que os programas de *compliance* devam ter como pilares primordiais os valores da entidade, as normas às quais se submete - inclusive sendo recomendável optar por seguir um dos documentos mencionados no presente capítulo - e a responsabilidade social da entidade.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Inicialmente, verificou-se a singularidade do mercado de arte, as características da precificação do objeto artístico, assim como a forma pela qual a cadeia econômica é estruturada. Diversos atores possuem papéis não detectados em outros setores e auxiliam a segmentar o mercado em, pelo menos, duas grandes categorias, o mercado primário e o secundário.

Além disso, constatou-se elementos específicos que tornam o mercado de arte mais suscetível à prática de atos ilícitos, bem como os riscos mais comuns aos quais está sujeito. Entre as razões pelas quais o mercado é tão atrativo a criminosos, verificou-se características de ordem estrutural, elementos relacionados ao próprio objeto de arte, assim como de escolha econômica dos criminosos. Nesse sentido, várias são as causas, de ordem objetiva e subjetiva, que compelem a prática de atividades ilícitas nesse setor.

Outra conclusão essencial recaiu sobre os riscos mais comuns aos quais está sujeita essa estrutura. Entre eles, a lavagem de dinheiro, o financiamento ao terrorismo, o domínio de mercado e as falsificações. Entre quase todos os ilícitos, foi possível verificar um elemento em comum, capaz de facilitar a sua prática, ou seja, o segredo nas transações e a utilização do anonimato pelas partes.

Em segundo lugar, a avaliação do conceito de *compliance* traduziu uma série de constatações, muitas vezes, olvidadas quando se aborda o tema. Primeiramente, a noção gramatical de que o termo se restringe ao sentido de cumprimento de regras e normas não faz jus ao seu alcance prático.

O termo apresentou uma extensão muita rica e com várias ramificações práticas. Percebeu-se que, apesar de muitos autores o igualarem aos programas de conformidade, as pesquisas conduziram ao resultado de que se trata apenas de um espectro da categoria. Na verdade, o *compliance* possui, pelo menos, duas maneiras de ser concretizado, que são os programas de conformidade e a expressão normativa em códigos de ética ou conduta.

Nesse momento, após a averiguação das suas principais características – a maleabilidade; a implantação por entes privados; o direcionamento ao cumprimento de normas com origens diversas e a concretização mediante duas formas – alcançou-se a conceituação do *compliance* enquanto um sistema de regulação

multifacetado. Concluiu-se que ele reflete o encontro entre ordens jurídicas e não jurídicas diversas. E, apesar de ser uma tarefa árdua realizar uma definição hermética, a noção de um aparato regulatório multidimensional exprime bem a ideia de convivência entre ordens jurídicas distintas.

Em terceiro lugar, a partir da avaliação de cinco documentos produzidos por atores com diferentes papéis no mercado, representando esse sistema diverso, destacou-se a existência de alguns elementos essenciais que devem permear um modelo normativo de *compliance*. Entretanto, esse modelo apresenta apenas características básicas, não podendo ser considerado fechado e devendo ser adaptado às particularidades locais nos quais os entes privados apresentam negócios.

Observou-se, desse modo, alguns elementos imprescindíveis que devem compor uma estrutura de *compliance* a ser implantada pelos entes do mercado da arte. Com base neles, devem ser elaborados documentos e programas de conformidade que atendam às normas das mais diversas origens, internacional, estatal, privada, transnacional, ética, moral, entre outras. Além disso, devem estar voltados, entre outros, à prevenção à lavagem de dinheiro, ao combate ao terrorismo e à regulação da responsabilidade nas transações.

Entretanto, alguns elementos pouco abordados, ou tangenciados de maneira implícita, nos documentos, foram identificados também como de extrema relevância para a inclusão em modelos normativos de *compliance*, como a responsabilidade social e o combate ao segredo nas transações.

No que tange ao segredo, mesmo se tratando de um problema que está na raiz de quase todos os ilícitos praticados no mercado de arte, não é enfrentado de forma eficaz e concreta. Nesse ponto, a concretização do *compliance* ainda é bastante falha no mercado de arte. Apesar de seus diversos aspectos e cores que incidem em uma tentativa regulatória, esse elemento pouco enfrentado, pelos próprios entes privados, ainda gera uma figura de regulação sem rosto definido, como na pintura *The Pilgrim* (1966) de René Magritte.

Por fim, a hipótese acerca da possibilidade de o *compliance* se apresentar no mercado de arte como um mecanismo de autorregulação foi parcialmente comprovada, tendo em vista que, diferentemente do que se supunha inicialmente, a categoria não configura uma medida pura de autorregulação.

Nessa linha, uma das conclusões mais latentes do trabalho recaiu sobre a observação de que *compliance* consiste em um sistema de regulação multifacetado no qual diferentes ordens jurídicas atuam em coordenação, sem qualquer sobreposição. Sendo assim, a autorregulação atua em conjunto com o Estado, fazendo com que as normas das mais diversas origens apenas possam ter eficácia, no mercado, quando em coordenação umas com as outras.

Resumidamente, um dos objetivos da presente dissertação consistiu em trazer luz à dinâmica do mercado de arte, bem como identificar mecanismos regulatórios próprios. O que se constatou foi uma pluralidade de cores, como na ilustração que se pode visualizar na capa da presente dissertação. Há uma dança de cores regulatórias, padrões distintos e múltiplos. Foram assim detectados mecanismos regulatórios, mas, ao mesmo tempo, é difícil se estabelecer um padrão hermético, com um rosto bem definido.

Além disso, um dos grandes problemas e empecilhos à regulação do setor é justamente o segredo presente no mercado, relacionado às mais diversas esferas das transações de obras de artísticas. É o segredo relacionado ao anonimato do comprador ou do vendedor da obra, à origem não comprovada de fundos para obter a obra de arte, entre outros aspectos. Esse personagem permanece, assim, como obstáculo à construção de um modelo regulatório eficiente, capaz de se traduzir em um rosto identificável e agregador dos mais diversos elementos de *compliance*.

REFERÊNCIAS

ABBING, Hans. **Why Are Artists Poor?: The Exceptional Economy of the Arts**. Amsterdam: Amsterdam University Press, 2002.

ANTONIK, Luis Roberto. **Compliance, Ética, Responsabilidade Social e Empresarial- Uma visão prática**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2016.

ARTPRICE.COM. **Contemporary Art Market- The Artprice Annual Report 2013**. 2013. Disponível em: < <http://imgpublic.artprice.com/pdf/artprice-contemporary-2012-2013-en.pdf>>. Acesso em 20 fev. 2018.

ASHENFELTER, Orley. GRADDY, Kathryn. Auctions and the Price of Art. **Journal of Economic Literature**, v. 41, n. 3, p. 763-787, set. 2013. Disponível em < http://people.brandeis.edu/~kgraddy/published%20papers/AshenfelterOGraddyK_JEL2003.pdf >. Acesso em 06 abr. 2018.

ASSI, Marcos. **Compliance: como implementar**. 1.ed. Trevisan: São Paulo, 2018.

BARBOSA, Cláudio R. **Propriedade Intelectual - Introdução à Propriedade Intelectual como Informação**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

BARTLE, Ian. VASS, Peter. **Self-Regulation and the Regulatory State – a Survey of Policy and Practice**. Research Report 17. The University of Bath. 2017. Disponível em: <http://www.bath.ac.uk/management/cri/pubpdf/Research_Reports/17_Bartle_Vass.pdf>. Acesso em: 20 mai. 2018.

BRASIL. Resolução nº 4.595, de 28 de agosto de 2017. **Banco Central do Brasil**. Disponível em: <https://www.bcb.gov.br/pre/normativos/busca/downloadNormativo.asp?arquivo=/Lists/Normativos/Attachments/50427/Res_4595_v1_O.pdf>. Acesso em: 20 abr. 2018.

BRASIL. Portaria nº396, de 15 de setembro de 2016. **Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional**. Disponível em: < http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/PORTARIA_396_-_2016-09-15_-_DISPOE_SOBRE_PROCEDIMENTOS_SOBRE_COMERCIALIZAÇÃO_DE_ANTIGUIDADES__E_OBRAS_DE_ARTE.pdf>. Acesso em: 24 set. 2018.

BRASIL. **Lei 12.846 de 1º de agosto de 2013.** Lei Anticorrupção. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2013/Lei/L12846.htm>. Acesso em: 10 ago. 2018.

BRASIL. **Decreto nº 8.420, de 18 de março de 2015.** Disponível em:<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2015/Decreto/D8420.htm>. Acesso em: 20 ago. 2018.

BRASIL. **Lei nº 13.303, de 30 de junho de 2016.** Estatuto das Empresas Estatais. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2016/lei/l13303.htm>. Acesso em 23 ago. 2018.

BULL, Toby. Lack of Due Diligence and Unregulated Markets: Trade in Illicit Antiquities and Fakes in Hong Kong. In: CHARNEY, N. (Ed.). **Art and Crime: Exploring the Dark Side of the Art World.** ABC-CLIO: Santa Barbara, 2009.

CHRIST, Thomas; SELLE, Claudia Von. **Basel Art Trade Guidelines- Intermediary Report of a Self-Regulation Initiative.** Working Paper Series n. 12. Basel: Basel Institute of Governance, 2012. Disponível em: <<https://www.baselgovernance.org/publications/working-paper-12-basel-art-trade-guidelines-intermediary-report-self-regulation>>. Acesso em: 20 jul. 2018.

CHRISTIE'S. **Christie's Guidelines for Dealing with Nazi-era Art Restitution Issues.** 2009. Disponível em: <<https://www.christies.com/pdf/services/2010/christies-guidelines-for-dealing-with-restitution-issues.pdf>>. Acesso em: 10 out. 2018.

COMMISSION OF THE EUROPEAN COMMUNITIES. **Comission Decision of 30 October 2002 relating to a proceeding pursuant to Article 81 of the EC Treaty and Article 53 of the EEA Agreement COMP/E-2/37.784 FINE ART AUCTION HOUSES.** Brussels, 2002. Disponível em: <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32005D0590>>. Acesso em: 12 abr. 2018.

CORBETT, Rachel. Art Market Watch - How Big is the Global Art Market? **Artnet.** 2012. Disponível em:<<http://www.artnet.com/magazineus/news/artnetnews/china-the-worlds-top-art-and-antique-market.asp>>. Acesso em: 28 fev. 2018.

CUNHA, Rogério Sanches. SOUZA, Renee do Ó. **Lei Anticorrupção Empresarial – Lei 12.846/2013.** 2.ed. Salvador: JusPodivm, 2018.

DOMINGO, Rafael. **The New Global Law**. Cambridge University Press: New York, 2010.

DELOITTE. **Five insights into the art market and money laundering**. 2018. Disponível em: <
<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/finance/us-five-insights-into-the-art-market-and-money-laundering.pdf>>. Acesso em: 23 fev. 2019.

DOBOVŠEK, Bojan. Art, Terrorism and Organized Crime. In: CHARNEY, N. (Ed.) **Art and Crime: Exploring the Dark Side of the Art World**. ABC-CLIO: Santa Barbara, 2009.

FINDLAY, Michael. **The Value of Art: Money, Power, Beauty**. London: Prestel Verlag, 2012.

FLETCHER, Gareth. "Score on the Doors": Establishing a Certificate of Virtue Framework for Future Art Market Regulation. In: CHECHI, A. RENOLD, M. (Eds.) **Cultural Heritage Law and Ethics: Mapping Recent Developments**. Studies in Art Law 26. Schulthess Éditions Romandes: Genebra, 2017.

FRANCA FILHO, Marcilio Toscano. **A Cegueira da Justiça- Diálogo Iconográfico entre Arte e Direito**. Porto Alegre, Sergio Antonio Fabris, 2011.

FRANCA FILHO. Precisamos de parceria regulatória para o mercado de arte. **JOTA**. 2017. Disponível em:<
https://www.jota.info/paywall?redirect_to=//www.jota.info/opiniao-e-analise/artigos/precisamos-de-parceria-regulatoria-para-o-mercado-de-arte-12042017>. Acesso em 10 fev. 2019.

FRIGO, Manlio. Ethical Rules and Codes of Honor Related to Museum Activities: A Complementary Support to the Private International Law Approach Concerning the Circulation of Cultural Property. **International Journal of Cultural Property**. V.16, p.49-66. 2009.

GADAMER, Hans-Georg. **Hermenêutica da obra de arte**. São Paulo: Martins Fontes, 2010.

GERSTENBLITH, Patty. Picture Imperfect: Attempted Regulation of the Art Market. **William & Mary Law Review**. V. 29. N 3. 1988. Disponível em: <
<https://core.ac.uk/download/pdf/73967114.pdf> >. Acesso em 17 ago. 2018.

GIOVANINI, Wagner. **Compliance: a excelência na prática**. 1.ed. São Paulo: FNQ, 2014.

GRAY, Charles M.; HEILBRUN, James. **Economics of Art and Culture**. Port Chester: Cambridge University Press, 2001.

HLADIK, Jan. **The Unesco Conventions on the Protection of Cultural Property**. 2013. C&D. N.10. 2013. Disponível em: <http://www.lacult.unesco.org/docc/conventions_protection_properties.pdf>. Acesso em: 02 abr. 2019.

HUTTER, Bridget. **The Role of Non-State Actors in Regulation**. LSE, CARR Discussion Paper Series n. 37. Mai. 2006. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/30528175_The_Role_of_Non-State_Actors_in_Regulation>. Acesso em: 08 jul. 2018.

INTERPOL. **Protecting Cultural Heritage**. 2018. Disponível em:<<https://www.interpol.int/en/News-and-media/Events/2017/Unity-for-Security/Unity-for-Security/Media-library/Protecting-Cultural-Heritage/>>. Acesso em 10 out. 2018.

JANKE, Terri. **Code of Practice for galleries and retailers of Indigenous Art**, 01 jun. 2007. Disponível em:<<http://www.melbourne.vic.gov.au/SiteCollectionDocuments/code-of-practice-indigenous-arts.pdf>>. Acesso em: 10 jun.2017.

JONES, Marc T. HAIGH, Matthew. The Transnational Corporation and New Corporate Citizenship Theory- A Critical Analysis. **Journal of Corporate Citizenship**. V. 2007. N. 27. Greenleaf Publishing, p.51-69, set. 2007. Disponível em:< <https://doi.org/10.9774/GLEAF.4700.2007.au.00007>>. Acesso em 20 nov. 2017.

KILLINGSWORTH, Scott. CAVE, Bryan. The Privatization of Compliance. **RAND Center for Corporate Ethics and Governance Symposium White Paper Series**. Symposium on "Transforming Compliance: Emerging Paradigms for Boards, Management, Compliance Officers, and Government". 2014. Disponível em: <<https://ssrn.com/abstract=2443887>>. Acesso em: 20 abr.2018.

KLINE, John M. Business Codes and Conduct in a Global Political Economy. In: WILLIAMS, O. F. (Ed.) **Global Codes of Conduct: an idea whose time has come**. Reprinted. Notre Dame: University of Notre Dame Press, 2002.

LACY, Gareth S. Standardizing. Warhol: Antitrust Liability for Denying the Authenticity of Artwork. **Washington Journal of Law, Technology & Arts**, V. 6, N. 3, p. 186-216, 2011. Disponível em: <<https://digital.law.washington.edu/dspace-law/bitstream/handle/1773.1/560/6WJLTA185.pdf?sequence=4>>. Acesso em: 20 fev. 2018.

LATITUDE. **Sectorial Study- the Contemporary Art Market in Brazil**, 2 ed, jul. 2013. Disponível em: <http://media.latitudebrasil.org/uploads/arquivos/arquivo/2013_09_05_rela.pdf>. Acesso em: 13 fev. 2018.

LAZEROW, Herbert. **Mastering Art Law**. Durham: Carolina Academic Press, 2015.

LEVY, Rayah. **How to Conduct Proper Due Diligence When Investing in Art**. 2018. Disponível em: <<https://www.linkedin.com/pulse/how-conduct-proper-due-diligence-when-investing-art-rayah-levy>>. Acesso em: 20 fev. 2019.

LICH, Gary; SINGER, Leslie. Public choice in the tertiary art market. **Journal of Cultural Economics**, v. 18, n.3, p.199-216, 1994. Netherlands: Kluwer Academics, 1994. Disponível em: <<http://link.springer.com/article/10.1007%2FBF01080226#page-1>>. Acesso em: 19 fev. 2018.

LUCCA, Newton de. PARENTONI, Leonardo Netto. Arte em Crise: Breves Notas sobre o Regime Jurídico Aplicável às Obras de Arte na Recuperação Judicial de Empresas e na Falência. In: MAMEDE, G. et al. (Orgs). **Direito da Arte**. São Paulo: Atlas, 2015. p.379-404.

MACEDO, Leonardo Correia Lima. Objetos de Arte no Comércio Internacional. In: MAMEDE, G. et al. (Orgs). **Direito da Arte**. São Paulo: Atlas, 2015. p.241-267.

MACKENZIE, Simon. Identifying and Preventing Opportunities for Organized Crime in the International Antiquities Market. In: Stefano Manacorda. **Selected papers and contributions from the International Conference on “Organised crime in art and antiquities**. Courmayer Mont Blanc, 2008. ISPAC: Milan, 2009. Disponível em: <https://www.academia.edu/708105/Crime_in_the_art_and_antiquities_world_illegal_trafficking_in_cultural_property>. Acesso em: 20 ago 2017.

MCDONNELL, Rosanne. Conference Report: Building an art market for the future: Guidelines for Countering Money Laundering and Terrorist Financing Threats. **Art Law Magazine**, N. 5, p.19-23, Geneva, 2017.

MENDES, Francisco Schertel. CARVALHO, Vinicius Marques de. **Compliance: Concorrência e Combate à Corrupção**. São Paulo: Trevisan, 2017.

MILLER, Geoffrey Parsons. Compliance: Past, Present and Future. **University of Toledo Law Review**, Toledo, V. 48, N. 3, p. 437-452, Toledo, 2017. Disponível em: <
https://its.law.nyu.edu/faculty/profiles/representativeFiles/GeoffreyParsonsMillerComp_A84FD12C-F7AE-E7BF-FDD68CCABD8F1555.pdf>. Acesso em: 18 abr 2018.

MILLER, Geoffrey P. The Compliance Function: an overview. **New York University Law and Economics Working Papers**. Paper n. 14-36, New York, 2014. Disponível em:< https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2527621>. Acesso em: 16 abr. 2018.

MUSEU OSCAR NIEMEYER. **Obras sob a Guarda do MON**. 2017. Disponível em:<
<http://www.museuoscarniemeyer.org.br/exposicoes/exposicoes/obraguardamon>>. Acesso em: 10 mar. 2018.

POWNALL, Rachel A. J. **Tefaf Art Market Report 2017**. Maastricht: Colophon, 2017. Disponível em: <<http://1uyxqn3lzdsa2ytyzj1asxmmmpt.wpengine.netdna-cdn.com/wp-content/uploads/2017/03/TEFAF-Art-Market-Report-20173.pdf>>. Acesso em 10 ago. 2018.

RESPONSIBLE ART MARKET. **Art Transaction Due Diligence Toolkit**. 2017. Disponível em: < <http://responsibleartmarket.org/guidelines/art-transaction-due-diligence-toolkit/>>. Acesso em: 10 set. 2018.

RESPONSIBLE ART MARKET. **Guidelines on combatting Money Laundering and Terrorist Financing**. 2017. Disponível em: <
<http://responsibleartmarket.org/guidelines/guidelines-on-combatting-money-laundering-and-terrorist-financing/>>. Acesso em: 10 set. 2018.

RESPONSIBLE ART MARKET. **What is the Responsible Art Market Initiative?** 2019. Disponível em:< <http://responsibleartmarket.org/about-us/>>. Acesso em: 01 fev. 2019.

SANDAGE, John. Preface. In: MANACORDA, S. CHAPPELL, D. (Ed.). **Selected papers and contributions from the International Conference on “Organised crime in art and antiquities**. Courmayer Mont Blanc, 2008. ISPAC: Milan, 2009. Disponível em:
 <https://www.academia.edu/708105/Crime_in_the_art_and_antiquities_world_illegal_trafficking_in_cultural_property>. Acesso em: 20 ago 2018.

SHORT, Jodi L. TOFFEL, Michael W. Making Self-Regulation More than Merely Symbolic: The Critical Role of the Legal Environment. **Administrative Science Quarterly**, V. 55, 2010, p. 361-396; Georgetown Public Law Research Paper No. 11-14. Disponível em: <<https://ssrn.com/abstract=1743549>>. Acesso em: 10 abr. 2018.

SIEHR, Kurt. International Art Trade and the Law. **Recueil des Cours: collected courses of the Hague Academy of International Law**, 1993, t.243. The Hague/Boston/London: Martinus Nijhoff, 1996.

SILVEIRA, Renato de Mello Jorge. SAAD-DINIZ, Eduardo. **Compliance, Direito Penal e Lei Anticorrupção**. São Paulo: Saraiva, 2015.

SOARES, Inês Virgínia Prado. FRANCA FILHO, Marcilio Toscano. A livre concorrência chegou ao mercado de arte? O olho mágico das exposições. **JOTA**. 2018. Disponível em: <<https://www.jota.info/opiniao-e-analise/artigos/a-livre-concorrenca-chegou-ao-mercado-de-arte-29062018>>. Acesso em: 27 set. 2018.

SOTHEBY'S. **Code of Business Conduct**. 2014. Disponível em:<http://www.sothebys.com/content/dam/sothebys/PDFs/JC_1416483_Legal_Code%20of%20Conduct%20Brochure.pdf?locale=en>. Acesso em: 18 out. 2018.

SP-ARTE. **Balanço 2019**. 2019. Disponível em: <<https://www.sp-arte.com/historico/2019/>>. Acesso em 01 mai. 2019.

SWIFT, Edgar. Standing by your man ray: troubles with antitrust standing in art authentication cases. **Columbia Journal of Law & the Arts**, New York, v. 37, n. 2 , p.247-282, 2014. Disponível em: <<http://www.lawandarts.org/wp-content/uploads/2014/01/JLA-37.2-Standing-by-Your-Man-Ray.pdf>>. Acesso em 21 fev. 2018.

TARDÁGUILA, Cristina. **A Arte do Descaso: a História do Maior Roubo a Museu do Brasil**. Intrínseca: Rio de Janeiro, 2016.

THE ECONOMIST. **Brush with the Law**. 2015. Disponível em: <<http://www.economist.com/news/business/21645762-well-known-middleman-accused-fleeing-wealthy-clients-brush-law>>. Acesso em: 12 mar. 2017.

TIJHUIS, A.J.G. Who is Stealing all Those Paintings? In: CHARNEY, N. (Ed.) **Art and Crime: Exploring the Dark Side of the Art World**. ABC-CLIO: Santa Barbara, 2009.

THORNTON, Sarah. **Seven days in the art world**. New York: Norton & Company, 2008.

UGARTE, David de. **Microeconomía del Arte y la Pintura**. España: B - EUMED, 1997.

ULG- United Language Group. **From “Detect” to “Prevent” : How to Use Translation Solutions as a Preventative Tool**. 2017. Disponível em: <<http://unitedlanguagegroup.com/wp-content/uploads/2017/02/ebook-8.pdf>>. Acesso em: 09 jun. 2018.

VERÍSSIMO, Carla. **Compliance: incentivo à adoção de medidas anticorrupção**. São Paulo: Saraiva, 2017.

VILA, Ivó Coca. ¿Programas de Cumplimiento como Forma de Autorregulación Regulada? In: MONTANER, Raquel F. **Criminalidad de empresa y Compliance: Prevención y Reacciones Corporativas**. Atelier Libros Jurídicos: 2013. p. 43-76. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/235935350_Programas_de_cumplimiento_como_forma_de_autorregulacion_regulada>. Acesso em: 02 jul. 2018.

WANTUCH-THOLE, Mara. **Schriften zum Kulturgüterschutz / Cultural Property Studies: Cultural Property in Cross-Border Litigation: Turning Rights into Claims**. Berlin/Boston: De Gruyter, 2015.

WEBER, Marc. **Liability for the acquisition of faked or wrongly attributed works of art in US Law**. Disponível em: <http://www.lanter.biz/downloads/Marc_Weber_Liability.pdf>. Acesso em 19 fev 2018.

WIPO Magazine. **Modern Masters under Threat**. N. 4-2011, 2011. Disponível em: <http://www.wipo.int/wipo_magazine/en/2011/04/article_0001.html>. Acesso em: 10 jan. 2018.

ZORLONI, Alessia. **The Economics of Contemporary Art- Markets, Strategies and Stardom**. Berlin: Springer, 2013.

ANEXOS

**ANEXO I – GUIDELINES ON COMBATTING MONEY LAUNDERING AND
TERRORIST FINANCING**

Guidelines on combatting Money Laundering and Terrorist Financing

Art Businesses should ensure the AML (Anti-money laundering) measures they adopt satisfy any legal obligations to which they are subject, and are adequate and appropriate to their business and the risk profile of their clients and the artworks they handle.

What are the aims of these Guidelines?

These Guidelines aim to:

- raise awareness in the art market of the threats and risks of money laundering and terrorist financing;
- provide a general framework and understanding of “risk based” anti-money laundering and terrorist financing measures, including the key elements of client, artwork and transaction due diligence;
- help Art Businesses:
 - implement “risk based” anti-money laundering and terrorist financing measures appropriate to the size and nature of their business;
 - identify “red flags” (indicators of suspicious activity) and take appropriate action in response.

Ultimately these Guidelines aim to facilitate transactions in artworks (rather than hinder them) by encouraging responsible practices by all art market participants.

In these Guidelines, we use the term “**AML**” to refer to measures designed at combating both money laundering and terrorist financing.

Who should follow these Guidelines?

These Guidelines are intended for anyone operating in the art market (“**Art Businesses**”). They are most relevant to those Art Businesses involved in transacting sales of artworks, including but not limited to:

- dealers,
- galleries,
- auction houses;
- art advisors, brokers and other intermediaries; and
- other professionals advising clients on transactions.

Art Businesses providing ancillary services (including but not limited to transport, storage, insurance, inspection and restoration), whilst not directly impacted, may choose to adopt all or some of these measures as a matter of best practice.

Context

Money laundering and terrorist financing are international concerns. They threaten the integrity of the international financial system and its markets, including the art market. As such they are a priority for the Financial Action Task Force^[1] and the United Nations Security Council^[2] who continue efforts to raise awareness of money laundering and terrorist financing threats and measures which can be adopted to combat them.

The art market can play its part in combatting money laundering and terrorist financing threats, by being aware of these risks and the methods and techniques used by criminals to disguise the illegal origin of their wealth or the illegal destination and purposes for which it is being used.

^[1] The Financial Action Task Force (FATF) is an inter-governmental body established in 1989 which sets standards and promotes effective implementation of legal, regulatory and operational measures for combatting money laundering, terrorist financing and other related threats to the integrity of the international financial system.

[2] See for example United Nations Security Council Resolution 2199 (2015) <http://www.un.org/press/en/2015/sc11775.doc.htm> - underlining Member States' obligations to take steps to prevent terrorist groups in Iraq and Syria from benefiting from trade in oil, antiquities and hostages and from receiving donations.

What is Money Laundering and Terrorist Financing?

Money laundering is the process by which proceeds of crime are « cleaned » i.e. introduced into the legitimate economy to disguise their illicit origin, with notably the aim to prevent their confiscation by law enforcement authorities. To launder the proceeds of criminal activities, such as human trafficking, forced prostitution, drugs, extortion, corruption, white collar crime, armed robbery and theft, criminals use multiple economic operations to introduce these illicit funds into the financial system. Such operations include purchasing and selling currencies and investing in luxury items, real estate, art and similar high value items in attempts to disconnect the proceeds from the illicit activities by which they were acquired. Money launderers rely on anonymity and deception to cover their tracks, disguise the origin of their funds and hide the real purpose behind their business and transactions. Any person or entity involved in business operations aimed at laundering money can be charged with committing a criminal offense.

Terrorist financing refers to activities that provide funds or financial support to individual terrorists or terrorist groups enabling them to carry out their deadly actions. Even if such funds have a legitimate origin, the purpose for which they are used is illicit. Those seeking to finance terrorism resort to the same strategies, schemes and covert operations that money launderers employ to disguise the intended illicit purpose of the funds and anonymize the beneficiaries.

Money laundering and terrorist financing operations fuel crime and corruption. They cannot be carried out without the blind participation of professional intermediaries. Individuals and businesses who are unprepared, unaware or unwilling to be aware of the origin and/or the destination of the money and assets they handle, contribute to illicit proceeds infiltrating the global economy.

How is money laundered?

Money laundering typically involves the following three phases,

- Placement;
- Layering; and
- Integration

Depending on the techniques used, these phases can occur simultaneously or concurrently.

Placement

Placement describes the process by which money launderers introduce illegal profits (often in the form of cash) into the financial system. This can be done by breaking up large cash amounts into smaller less conspicuous sums that are then deposited into one or more bank accounts. The aim of the launderer at this stage is to:

- distance the illegally obtained cash from the source of its acquisition to avoid detection of the underlying criminal activity; and
- make the funds more liquid enabling them to be transferred or transformed into other financial assets (e.g. cheques, money orders etc.).

Layering

Layering is the process of hiding the illicit source and ownership of funds by using a complex system of transactions and transfers to create multiple layers between the illicit source and the funds. Once cash has been successfully placed into the financial system (see Placement above), launders engage in multiple complex transactions and transfers to disguise and confuse the audit trail and any criminal investigation. Examples of layering include:

- using multiple banks and accounts;
- using professional intermediaries to carry out transactions;
- converting cash into money orders, letters of credit, wire transfers, stocks, bonds;
- purchasing valueable assets such as art or jewelry;
- transferring money electronically in and out of the offshore bank accounts of bearer share shell companies;

- complex dealings with stock and commodities;

Integration

Integration is the final stage of the money laundering process whereby the laundered funds are re-introduced into the legitimate economy which the appearance of having derived from a legitimate source. At this stage it is very difficult to distinguish funds of a legal and illegal origin.

The art market

Certain features of the art market make it vulnerable to abuse by criminals seeking to launder the proceeds of crime or finance illegal activities. These include:

- High value goods;
- International market and networks;
- Common use of intermediaries or proxies for transactions;
- Common use of foreign / offshore structures and accounts;
- Culture of discretion. Buyer and Seller often unknown to each other;
- Buying an artwork, artefact or antiquity legitimises cash or funds and converts them into an asset that gains value and can be sold at a later date.

Art Businesses could unwittingly become involved in Money Laundering and/or Terrorist Financing schemes and techniques. They therefore need to be vigilant to Money Laundering, Terrorist Financing and illicit trafficking activities and adopt measures to counter them.

Consequences for Art Businesses

If an Art Business engages in a transaction, knowing or suspecting that a client's funds or property are the result of criminal activity, it could commit a money laundering or terrorist financing offence. The penalties are severe and may entail:

- criminal liability, including fines and imprisonment;
- reputational damage;
- restrictions imposed on the Art Business's ability to operate freely, for example the loss of operating licenses.

Adopting measures to detect and prevent Money Laundering and Terrorist Financing is important to identify and stop criminal and terrorist activity and to protect the reputation of Art Businesses and the art market.

Guideline 1- Do a risk assessment of your business and apply risk based measures

It is generally accepted that responsible AML measures for art transactions should be founded on a “**risk based**” **approach**. This means adopting AML processes, procedures and compliance controls based on the type and level of risk associated with your business.

A **risk based approach** includes the following **areas of enquiry**:

- Risk profile of the Art Business (see below);
- Client due diligence (see Guideline 3 – Know Your Clients (KYC) and establish their risk profiles – Check for client red flags);
- Artwork due diligence (see Guideline 4 – Research the artwork, its ownership and provenance – Check for artwork red flags);
- Transaction due diligence (see Guideline 5 – Know the background and purpose of transaction – Check for transaction red flags).

In addition, a **risk based approach** requires the Art Business to implement systematic reviews and controls, including:

- **Recording and documenting** information gathered (see Guideline 6 – Keep records);
- **Training staff** regularly on the risks, how to mitigate them and when and to whom to report suspicions (see Guideline 7 – Train staff and monitor processes and procedures);
- **Reviewing** the effectiveness and implementation of the controls and making improvements where necessary (see Guideline 7 – Train staff and monitor processes and procedures).

For further detail please see the Guidelines which follow.

Assessing risk

To determine the Money Laundering and Terrorist Financing risks to which it is exposed, an Art Business should consider the following questions:

- What AML measures has the Art Business already adopted?
- What types of transaction does the Art Business undertake?
- What information about clients is gathered and recorded?
- What due diligence on artworks is undertaken?
- What controls are in place regarding cash payments and checking the source of funds?
- What awareness of the risks exists amongst staff? What ongoing training is provided?
- Are processes and procedures reviewed regularly? Could improvements be made?

Guideline 2 - Know and comply with the laws where you are doing business and be alert to 'red flags'

Different national AML regimes have been adopted by countries around the globe. A single, harmonised, global legal regime does not exist.

Art Businesses will therefore need to be up to date with and comply with the legal requirements which apply to their activities in the countries where they operate.

The Country Guides section of these Guidelines provides basic information on the approach which certain countries have adopted to combat Money Laundering.

When making enquiries and conducting due diligence Art Businesses should be alert to indicators of suspicious activity ("**red flags**") (see Guidelines Client red flags, Artwork red flags, Transaction red flags and enhanced due diligence and appendices 1, 2 and 3). See the **Art Transaction Due Diligence Toolkit** for example due diligence checklists for art transactions.

Guideline 3 - Know Your Clients (KYC) and establish their risk profiles - Check for client red flags

Knowing your clients and being alert to red flags (indicators of suspicious activity) are at the heart of effective AML programs.

To establish the client's risk profile the Art Business will need to obtain information on the client and understand the purpose and intended nature of the transaction ("**Client Due Diligence**"). Understanding the client's source of wealth (i.e. how they made their money and/or acquired their art collection) can also help establish a client's risk profile. The client's risk profile will inform the applicability and level of ongoing monitoring of the transaction.

Who is a client?

A **client** is the person or entity with whom an Art Business forms a contractual relationship. In an art transaction, this could be the seller and/or the buyer of the artwork, or a broker or agent acting for either of them.

If the client is a company, trust or other corporate vehicle, in addition to establishing if the corporate vehicle carries out any trading activities or simply exists to hold assets, the Art Business will also want to identify the natural person(s) who control that entity ("**Beneficial Owner(s)**").

Art Businesses should endeavour to ensure they conduct business only with clients they can be reasonably sure are engaging in legitimate business. To meet this obligation, Art Businesses should implement adequate and reasonable measures to establish the identity of their clients and ensure the funds used to purchase artworks are provided by the buyer of the artwork and not by a third party.

Art Businesses should also carry out due diligence on the intermediaries (e.g. art advisors and/or brokers) acting for one of the parties to a transaction.

Identifying the client

Art Businesses should request documents to verify the client's identification information as follows:

- **Individuals:** Identity should be verified based on official identity papers (e.g. passport or national ID card) together with other reliable, independent source documents, data, or information as may be appropriate under the circumstances (e.g. copy of a bank statement or utility bill for proof of address).
- **Legal entities (e.g. companies, associations, partnerships, foundations, trusts):** Identity should be verified based on official documents proving these entities were properly formed and exist (e.g. certificate issued by the relevant company registry including details of directors, and shareholders, or partners as the case may be, and for trusts, the trust deed including details of the trustees, settlor(s) and beneficiaries).

The documents used to verify the client's identity must be current at the time of undertaking the due diligence and the Art Business should keep copies of the documents in line with any legal time periods or standard practice applying in the jurisdiction where it is carrying out business.

Identifying the beneficial owner

The "**Beneficial Owner**" refers to the natural person who enjoys the ultimate benefit of ownership of an artwork, asset, legal entity, bank account or wealth.

If the Art Business knows, or has reason to suspect that the client they are transacting with is acting on behalf of another individual or entity, the Art Business must use best efforts to establish:

- the identity of that other individual or entity, i.e. the Beneficial Owner; and
- the capacity in which the contracting client is representing the Beneficial Owner.

If the Beneficial Owner is a company or other form of legal entity, Art Businesses should make further enquiries to establish the individual with ultimate ownership or control of that entity^[1].

[1] European Member States are now required to hold beneficial ownership information for certain companies and trusts in central registers. Not all of these registers are accessible to the public so Art Businesses may not be able to use them for verification purposes.

Best efforts should be made to identify the Beneficial Owner even if the contracting client raises confidentiality concerns because of the reputational and other risks entailed if the Art Business is found to be involved in Money Laundering or Terrorist Financing schemes.

Art Businesses may also choose to include appropriate warranties and representations in their agreements with their clients to emphasise the importance of this point.

Client red flags

Examples of client red flags include, where the client is a “Politically Exposed Person”, an “offshore company”, or resident of a country on the [FATF watch list](#). Other examples of client red flags can be found in the Client [Red Flag List](#).

Practical measures Art Businesses can adopt to help identify client red flags may include (depending on the circumstances and resources available):

- Screening the names of clients, beneficial owners and intermediaries against PEP lists, sanctions lists, terrorist financing and other watch lists and similar information issued by government and international organisations from time to time;
- Media searches using the names of clients, beneficial owners and intermediaries and other appropriate keywords.

For existing clients, this due diligence should be updated when they enter into new transactions, in line with any legal requirements applying in the jurisdiction where the Art Business is operating.

Enhanced due diligence

If red flags are identified the Art Business will want to undertake enhanced due diligence to ensure the client’s activities do not raise any Money Laundering or Terrorist Financing concerns. Enhanced due diligence generally involves requesting and/or obtaining additional information or documentation. Please see the Client Red Flag List for guidance on the types of additional enquiries which could be pursued. In certain circumstances, the client’s reaction to such requests for additional information and/or documentation can be an indicator of risk.

The Art Business should document the enhanced due diligence it undertakes on its clients (for example by printing sanction list information and the results of keyword internet searches etc.). Art Businesses should keep all documents and data for a reasonable period in line with any legal time periods applying in the jurisdiction where it is carrying out business.

If “red flags” (indicators of suspicious activity or AML concerns) remain following the Art Business carrying out enhanced due diligence, the matter should be escalated within the Art Business to a member of senior management and/or the Art Business’ appointed AML officer (if it has one) to decide on next steps. See Guideline 8 *“If grounded suspicions exist, know how to act”* for further guidance.

Guideline 4 - Research the artwork, its ownership and provenance - Check for artwork red flags

An undisputed and uninterrupted provenance history and proven authenticity of the artwork is clearly the aim in all transactions. Depending on the nature and age of the artwork, realistically this may, or may not always be possible.

It is important to obtain and publish in any catalogue or sales document as much information as possible about the artwork, including any known provenance.^[1] In addition, and applying a risk based approach, the Art Business should check major databases of stolen and looted art and obtain any relevant and available legal documents, witness declarations, expert opinions as the case may be.

In applying a risk based approach to artwork due diligence as part of AML checks the Art Business will want to satisfy itself of the following:

- **Ownership** – In the absence of valid objections it is reasonable to suppose that the possessor of an artwork enjoys full ownership, but possession of itself is not a guarantee of ownership or rights of disposal. It is advisable for the Art Business to ask the seller to confirm if they are the owner of the artwork and if not, to identify the actual owner of the artwork. This will help the Art Business identify all its clients in a particular transaction, where, for example, an agent or broker is consigning a work for sale on behalf of the actual owner (see Guideline 3 *“Know Your Clients (KYC) and establish their risk profiles – Check for client red flags”*).
- **Provenance** – The Art Business will want to be reasonably sure that the known history of previous owners of the artwork has been established as far as it is reasonably possible to do so. For antiquities for example Art Businesses will want to be sure the objects have not been recently dug out of the ground or looted from their source country.

Documents which can be helpful in establishing ownership and provenance include; invoices, receipts, dated photographs, insurance records, valuations, official records, exhibition catalogues, invoices for restoration work, diaries, dated newspaper

articles, original signed and dated letters.

In addition to assisting with AML checks, provenance and ownership information when combined with a physical examination of the artwork and technical analysis and dating of materials used, plays an important role in helping to establish the authenticity of artworks.

[1] Typically, such information comprises the name of the artist or maker, the title of the work, known provenance, the number of parts/pieces, the presence of a signature, date and/or other inscription, the date of creation (if known), the country of creation/origin (if known), dimensions, materials and technique (e.g. oil on canvas, watercolor on paper, bronze sculpture, mixed media, video installation, etc.).

Artwork red flags

Certain types of artworks may require enhanced due diligence. See the Artwork Due Diligence Toolkit Explanatory Notes for examples. The Artwork [Red Flag List](#) which forms part of these Guidelines also contains examples of such Artwork “red flags” and suggestions of enhanced due diligence which could be carried out if any artwork “red flags” are identified.

Guideline 5 - Know the background and purpose of transaction - Check for transaction red flags

Understanding the background and purpose of the transaction can be helpful when combined with the client due diligence and client’s risk profile to inform the applicability and level of ongoing monitoring of the transaction which the Art Business should carry out.

Art Businesses should examine in particular:

- The purpose of the transaction;
- The form and structure of the transaction; and
- The source of funds.

Purpose of the transaction

The Art Business should examine the client’s background and purpose behind the contemplated transaction. For example, are the artworks being sold by the client consistent with what is known about the client’s collection? Is the level at which the client is selling or buying consistent with their past transactions and what is known about their professional activities and personal wealth? If not, the Art Business may want to ask the client for further information.

Form of the transaction

Art Businesses should also consider the form of the transaction, such as whether the transaction is taking place through intermediaries, face to face, entirely via the Internet, over the phone, or by any other similar non face to face means.

In some circumstances, depending on the nature, value and/or geographic location of the transaction, enhanced due diligence may be appropriate.

Source of funds

Art Businesses should pay particular attention to the source of funds used in a transaction.

Cash payments

Art Businesses should generally discourage cash payments wherever possible. The source of cash cannot be traced in the way that payments made through established banking systems can.

Accordingly, there can be no guarantee that the cash source is legitimate and clean.

Where Art Businesses accept cash they should keep the amounts small. The European Union has imposed a cash limit of EUR 10,000 per transaction or series of related transactions. Art Businesses should check the limits (if any) applying in the jurisdictions where they operate. See the Country Guides appended to these Guidelines for further details.

Art Businesses should not accept single or multiple cash payments for an artwork in excess of the legally imposed threshold. If there is no legal threshold, Art Businesses are advised to conduct enhanced due diligence on the buyer and the source of funds so that they are satisfied that no money laundering risk exists.

Third party payments

Art Businesses are encouraged to decline payments from a third party who is not their client and buyer of record. If there are legitimate reasons why it is justified for the Art Business to accept payment from a third party, before doing so the Art Business should conduct enhanced due diligence on both their buyer of record and the third party payer and only proceed with accepting the payment if satisfied that no Money Laundering or Terrorist Financing risk exists.

Payments from bank accounts located in non AML regulated jurisdictions

The preference for all transactions should be for the Art Business only to accept payments from reputable banks in jurisdictions subject to AML regulation and supervision. Such reputable banks and financial institutions are generally subject to a high degree of AML regulation. That said Art Businesses should remain vigilant and not rely entirely on the fact that banks and financial institutions will have carried out the necessary checks and verification to be satisfied that the source of funds is clean.

Art Businesses should be wary about accepting payments from bank accounts located in high risk or non-cooperative AML jurisdictions. To identify such jurisdictions Art Businesses are encouraged to consult the [list of “High Risk and Non-Cooperative Jurisdictions”](#) published by the Financial Action Task Force’s (FATF).

Title

Digital currencies are currencies with no physical form that are not controlled by a central bank. Examples of digital currencies include Bitcoins, Litecoins and Namecoins.

At the time of writing the use of digital currencies in art transactions is not common. Art Businesses are advised to act cautiously before accepting payments in digital currencies which are not controlled or regulated. It is an area which regulators continue to monitor.

Transaction red flags and enhanced due diligence

Any activity relating to a contemplated transaction that is not consistent with what is known about the client, and the client’s risk profile or which otherwise raises “red flags” should be the subject of enhanced due diligence by the Art Business.

See the Transaction [Red Flag List](#) for examples of transaction red flags and the enhanced due diligence which could be carried out in response. See also the Art Transaction Due Diligence Toolkit for example due diligence checklists for art transactions.

Guideline 6 - Keep records

It is important that Art Businesses maintain records of the due diligence checks they carry out and have systems in place for recording and storing the documentation and information they gather in the course of their due diligence and other enquiries.

Having a full record of the information and documentation available to the Art Business on a given date in relation to its clients, the artworks and transactions carried out, enables Art Businesses to:

- make informed and appropriate risk assessments of particular clients and transactions and determine if enhanced due diligence and enquiries are required;

- comply with any legal obligations to which they may be subject;
- identify “red flags” related to their clients, artworks and transactions and take appropriate action;
- determine if sufficient suspicions exist to justify declining the transaction and where appropriate report the situation to relevant law enforcement bodies;
- review their AML measures and controls and improve them where appropriate;
- comply with legal obligations to respond to requests for information and assistance from relevant law enforcement bodies.

Documenting “red flag” situations and the outcome of enhanced due diligence enquiries conducted as a result, assists Art Businesses in making important judgment calls about whether to proceed with a proposed transaction and /or file an AML report.

All documents issued by an Art Business in connection with a transaction (e.g. valuations, sale and purchase agreements, invoices, shipping documents, import / export declarations etc.) should be true, accurate and contemporaneous and represent the honestly held professional opinions of the Art Business. Art Businesses should refuse all requests from clients to alter, back date, falsify or otherwise provide incomplete or misleading documentation or information relating to a transaction. If there are legitimate reasons for altering a document (e.g. invoicing error etc.) the circumstances and justification should be fully documented and retained on file for future reference and audit.

Art Businesses should keep their records for the legally required period or where no legal requirement exists, in accordance with standard practice in the jurisdictions where they are operating. Depending on the jurisdiction, the period is typically anything between 5 to 10 years from completion of the transaction or the end of the business relationship. See the Country Guides appended to these Guidelines for further details.

Guideline 7 - Train staff and monitor processes and procedures

Staff should be trained on Money Laundering and Terrorist Financing risks regularly so they are clear about their roles and responsibilities to prevent, detect and report suspicions. They should know to whom they should report internally. The person(s) designated to receive such reports should know how to handle them and when to report them to the appropriate authorities.

Training of new staff members should take place as soon as reasonably practical after they join and refresher training should be conducted as appropriate to ensure staff remain aware of new risks or changes to the risk profile of the Art Business.

It is recommended that Art Businesses nominate someone within their organization to be responsible for managing and implementing the AML controls and measures which they put in place and to be the person to whom suspicions are reported. Art Businesses may set up an “AML reporting hotline” or encourage staff to use “whistleblowing hotlines” for AML reporting if they exist within the organisation.

Guideline 8 - If grounded suspicions exist, know how to act

Where the circumstances of a transaction give rise to grounded suspicions of Money Laundering or Terrorist Financing and in the absence of a plausible explanation or further documentation allaying those suspicions, Art Businesses should consider:

- refraining from entering into or completing the transaction; and/or
- reporting the suspicions to the appropriate authorities in the relevant jurisdiction, where an obligation to report exists.

See the Country Guides section of these Guidelines for basic information on the reporting requirements which certain countries have adopted to combat Money Laundering, including whether such reporting is mandatory.

- [Country Guide Switzerland](#)
 - [Country Guide Luxembourg](#)
-

Glossary of terms / definitions and acronyms

Anti-Money Laundering (AML)	In these Guidelines, unless indicated otherwise, we use the term “Anti-Money Laundering” to refer to measures designed to combat both money laundering and terrorist financing.
Art Business	As defined in the Introduction, Section 4 of these Guidelines.
Beneficial Owner	As defined in Guideline 3 - Know Your Clients (KYC) and establish their risk profiles - Check for client red flags.
Client Due Diligence	See Know Your Client (KYC).
Financial Action Task Force (FATF)	An intergovernmental body tasked with examining money laundering techniques and trends, reviewing legislative and law enforcement actions relating to money laundering at the national and international levels, and issuing recommendations to combat money laundering and stem terrorist financing.
Know Your Client (KYC)	As explained in Guideline 3 - Know Your Clients (KYC) and establish their risk profiles - Check for client red flags.
Money laundering	As defined in the Introduction to these Guidelines.
Politically Exposed Persons (PEPs)	<p>Foreign PEPs are individuals who are or have been entrusted with prominent public functions by a foreign country, for example Heads of State or of government, senior politicians, senior government, judicial or military officials, senior executives of state owned corporations, important political party officials.</p> <p>Domestic PEPs are individuals who are or have been entrusted domestically with prominent public functions, for example Heads of State or of government, senior politicians, senior government, judicial or military officials, senior executives of state owned corporations, important political party officials.</p> <p>International Organisation PEPs: Persons who are or have been entrusted with a prominent function by an international organisation i.e. members of senior management, including directors, deputy directors and members of the board or equivalent functions. The definition of PEPs is not intended to cover middle ranking or more junior individuals in the foregoing categories. Persons closely connected with such individuals are also considered PEPs</p>
Terrorist Financing	As defined in in the Introduction to these Guidelines.
Red flag	An indicator of suspicious activity.
Responsible Art Market Group (“RAM”)	As explained in the “ About Us ” page of this website

Downloads

Guidelines

- [Red Flag List](#)
- [Quick Reference Guide](#)
- [Full Guidelines \(original English version\)](#)
- [Full Guidelines \(Portuguese translation\)](#)

Country Guides

- [Argentina](#)
- [France](#)
- [Germany](#)
- [India](#)
- [Luxembourg](#)
- [Netherlands](#)
- [Russian Federation](#)

- Switzerland
 - United Kingdom
 - USA
-

**ANEXO II – ART TRANSACTION DUE DILIGENCE TOOLKIT - EXPLANATORY
NOTES**

Art Transaction Due Diligence Toolkit - Explanatory Notes

Due diligence forms an essential part of art transactions. Investigating and obtaining as much information as possible about the parties to the proposed transaction, the artwork and the transaction itself protects art businesses and collectors and helps art businesses manage their reputational and financial risks. Gathering and holding such information may entail additional responsibilities particularly in terms of data protection where personal information relating to individuals is concerned.

What is the 'toolkit'?

The toolkit is a non-exhaustive compilation of verifications aimed at mitigating risks which can arise in art transactions. It is designed as an “aide-memoire” of the key areas of enquiry when conducting due diligence, identifying various checks which could be considered and/or carried out in particular regarding (1) the parties involved in an art transaction, (2) the artwork and (3) the transaction itself.

The toolkit does not purport to create new standards beyond existing legal obligations or to set a uniform standard to be applied in all transactions. Depending on the circumstances, the suggested checks may not be appropriate, practicable or necessary. Conversely, they may not be sufficient. In all cases, applicable laws should be complied with.

How should the 'toolkit' be used?

The toolkit should be used adopting a “risk-based” approach to help determine the level of due diligence required when entering into an art transaction. Enquiries should be tailored to any risk factors (red flags) which are present. In this way, art businesses can target their resources and efforts in the most effective way. It is appreciated that a small dealer, gallery or collector does not have at their disposal the same resources as a large, international auction house with an internal compliance department.

For guidance on adopting a “risk-based” approach to using the toolkit, please see below.

What is a 'risk-based' approach and how do I apply it?

A risk-based approach means identifying and understanding the risks to which you are exposed, establishing your appetite for risk and taking commensurate measures to mitigate the risks effectively and efficiently.

To establish the risk profile of a potential transaction, it is helpful to consider the following:

- **the nature of the client:** Are they an existing client who is well known to the art business or a new client?
- **the nature of the artwork:** Is it of high or low value? Does it have characteristics which make it sensitive or which require further investigation? Has it been authenticated in the past?
- **the nature of the transaction:** Is it taking place through intermediaries, face to face or entirely via the Internet or other non-face to face means? It is unusually complex?

Higher risk factors include:

- Clients who are PEPs or associated with PEPs;
- Artworks without an established and verified provenance;
- Transactions which occur entirely via non-face to face means or which are unusually complex.

Lower risk factors include:

- Long-standing clients with a clean transaction record;
- Authenticated artworks with an established and verified provenance;

- Transactions which take place face to face, or which involve low value artworks.
-

What is Due Diligence?

“**Due diligence**” is commonly defined as “*action that is considered reasonable for people to be expected to take to keep themselves or others and their property safe*”.[1] In practice, it is about asking the right questions, obtaining and verifying information and applying common sense.

Where we use the term “due diligence” in the toolkit, we are referring to this common definition and not to any legal definition which may exist in certain legislation.

[1] Cambridge Advanced Learner’s Dictionary & Thesaurus, Cambridge University Press.

Why is Due Diligence important?

For anyone involved in art transactions, due diligence is important for managing reputational and financial risks. Situations where due diligence is advised include:

- Acquisitions, sales, donations, loans and exchanges of artworks;
 - Management of art collections by fiduciary service providers and advisors;
 - Financial transactions and investments involving artworks including loans secured against artworks;
 - Curation of exhibitions and art fairs;
 - Arranging insurance, storage and/or transportation of artworks.
-

Who should use the checklists?

Whilst the checklists are specifically aimed at Art Businesses[2] and collectors involved in selling or acquiring art, anyone engaging in the activities described above may find the checklists helpful.

[2] as defined in RAM’s Guidelines on combatting Money Laundering and Terrorist Financing

Checklist 1 - CLIENT DUE DILIGENCE

1.1 Individual

Identity should be verified based on official identity papers (e.g. passport or national ID card) together with other reliable, independent source documents, data, or information as may be appropriate under the circumstances (e.g. copy of a bank statement or utility bill for proof of address).

The documents used to verify the client’s identity must be current at the time of undertaking the due diligence and the Art Business should keep copies of the documents in line with any legal time periods or standard practice applying in the jurisdiction where it is carrying out business. Please refer to Guideline 6 “Keep records” of the AML/CFT Guidelines for further guidance.

Internet searches and the use of specialist screening services (screening against up to date PEP and sanction lists) can be useful when checking the client’s identity. If a standalone subscription to a screening service is beyond the art businesses resources, they could consider consulting their bank or other financial institutions, who may be able to offer such screening as part of their banking services.

1.2 Company, trust, association, foundation, other legal entity

Identity should be verified based on official documents proving these entities were properly formed and exist (e.g. certificate issued by the relevant company registry including details of directors and, if available shareholders, or partners as the case may be, and for trusts, the trust deed including details of the trustees, settlor(s) and beneficiaries).

The documents used to verify the client's identity must be current at the time of undertaking the due diligence and the Art Business should keep copies of the documents in line with any legal time periods or standard practice applying in the jurisdiction where it is carrying out business. Please refer to Guideline 6 "Keep records" of the AML/CFT Guidelines for further guidance. Holding personal data may also entail obligations in terms of data protection as required by applicable laws.

Companies - Controlling owner

The Art Business should verify who has management control over the company or who is the company's controlling owner, i.e. who is the company's majority shareholder, or who is the single largest or the largest shareholders of the company. Some countries' commercial registers list the shareholders of registered companies. These registry excerpts may be useful in identifying controlling owners.

Trusts - Settlor, trustees, beneficiaries, protector

The settlor is a person or entity that establishes a trust for one or more beneficiaries. Each trust is controlled and managed by trustees. The protector is a person appointed under the trust instrument to direct or restrain the trustees in relation to their administration of the trust. It is important to identify who the trustee is and whether he/she has the power to sell the Artwork.

Offshore companies - Beneficial owner

If the client is a company, trust or other corporate vehicle, in addition to establishing if the corporate vehicle carries out any trading activities or simply exists to hold assets, the Art Business will also want to identify the natural person(s) who control that entity ("**Beneficial Owner(s)**").

The "**Beneficial Owner**" refers to the natural person who enjoys the ultimate benefit of ownership of an artwork, asset, legal entity, bank account or wealth.

If the Art Business knows, or has reason to suspect that the client they are transacting with is acting on behalf of another individual or entity, the Art Business must use best efforts to establish:

- the identity of that other individual or entity, i.e. the Beneficial Owner;
- the capacity in which the contracting client is representing the Beneficial Owner.

If the Beneficial Owner is a company or other form of legal entity, Art Businesses should make further enquiries to establish the individual with ultimate ownership or control of that entity.^[1]

Best efforts should be made to identify the Beneficial Owner even if the contracting client raises confidentiality concerns because of the reputational and other risks entailed if the Art Business is found to be involved in Money Laundering or Terrorist Financing schemes.

Art Businesses may also choose to include appropriate warranties and representations in their agreements with their clients to emphasise the importance of this point.

The laws in certain countries may require Art Businesses (principally when the Art Business is acting as financial intermediary) to identify the beneficial owners of certain corporate entities.

[1] European Member States are now required to hold beneficial ownership information for certain companies and trusts in central registers. Not all of these registers are accessible to the public so Art Businesses may not be able to use them for verification purposes.

1.3 Client's role in the transaction checked

Intermediaries: If the transaction involves one or more intermediaries (for example an art advisor or agent), the Art Business should check in what capacity that intermediary is acting and that they have authority to act (see section 1.5 below).

1.4 Client's authority to act checked

Jointly owned artworks: An Artwork may be owned jointly by two or more individuals (e.g. married couples, siblings following the death of a parent, etc.). In such cases, the sale of the Artwork requires the approval of all joint owners. Art Businesses should obtain confirmation that all joint owners consent to the sale. A signed letter or power of attorney from the other joint owner(s) or their legal representatives can be used to confirm this authority.

Executor of a deceased person's estate: If an Artwork is being offered for sale by the Executor of a deceased person's estate, the Art Business should confirm that the executor has authority to sell the Artwork by asking for copies of the relevant documentation confirming their authority to act in this capacity.

Agent acting on behalf of a principal owner: The owner of an artwork (principal) may sometimes appoint a dealer or other individual to act on their behalf (i.e. as their agent) in selling/buying the artwork. If an artwork is sold/bought by an agent on behalf of a principal, the Art Business should verify whether the agent has authority to conduct the transaction. The Art Business can do this by requesting a copy of:

- an authorisation letter signed by the principal owner (or his/her legal representative) confirming the agent's authority to conduct the sale; or
- a signed Power of Attorney confirming the agent's authority to sell.

1.5 Client red flags checked

Example red flag situations include:

- Politically Exposed Persons (PEPs) including persons closely associated with PEPs;
- Offshore structures (such as companies or trusts) which exist to hold assets only;
- Clients known to be (or associated with) persons subject to criminal or regulatory investigation, prosecution or conviction;
- Agents for undisclosed buyers or sellers;
- Clients who without plausible reason, operate through multiple private investment companies or offshore structures whose ownership, control and/or beneficiary structure is opaque.

Checklist 2 - ARTWORK DUE DILIGENCE

2.1 Identification

A physical examination of the artwork as well as quality high resolution images (front and back for two dimensional artworks and of multiple facets for three dimensional artworks) is particularly important at the identification stage.

Inscriptions, dates and other distinctive marks can provide important information and clues about the authenticity of the artwork and its ownership history (see 2.2 and 2.5 below).

Information can also be gleaned from exhibition stickers, seals, dealers' and collectors' marks and transport and customs stamps which are often found on the reverse of artworks.

Identifying the country of origin or find spot of an archaeological object can help flag cultural property and/or trade restriction issues.

Comprehensive identification information is needed to undertake the database searches referenced below (see 2.3).

Endangered species material (CITES)[1]

Does the artwork contain endangered species material? Examples include ivory, tortoiseshell and certain species of crocodile. You can check the lists of endangered species on CITES' website.[2] You may need to ask an expert to help you identify the species. You will need the species information to obtain relevant export and import licences and any sale permits which may be required.

Cultural Property (including archaeological objects)

Cultural Property^[3] is “property which is specifically designated by a State as being of importance for archaeology, prehistory, history, literature, art or science and includes:

- archaeological discoveries and excavations;
- elements of artistic or historical monuments or archaeological sites;
- antiquities more than 100 years old;
- property of artistic interest such as pictures, paintings, drawings, statues, sculptures and engravings;
- rare manuscripts, old books, documents and publications of special historic, artistic, scientific or literary interest;
- archives (including photographic, cinematographic and sound archives);
- property of historic interest (including relating to the life of national leaders, thinkers, scientists and artists and events of national importance);
- articles of furniture more than 100 years old.”

Additional obligations often arise when handling items of cultural property so it is important to identify them. Depending on the applicable national cultural property legislation, these measures can include maintaining registers and obtaining export licences to ensure the items are in circulation legally and have not been looted or illegally exported.

ICOM’s “red lists” database^[4] is a useful resource for determining if the object comes from an area subject to illicit trafficking, and should be checked before handling or acquiring cultural goods.

Other useful sources of information include:

- ICOM’s International Observatory on Illicit Traffic in Cultural Goods website;^[5]
- Information published by national cultural ministries and departments. For example, the Swiss Federal Office of Culture^[6] or the Italian Culture Ministry.^[7]

See also section 2.4 below.

[1] The Convention on International Trade in Endangered Species of Wild Fauna and Flora, 3 March 1973, 993, U.N.T.S. 243.

[2] See here: <https://www.cites.org/>.

[3] As defined in the Convention on the Means of Prohibiting and Preventing the Illicit Import, Export and Transfer of Ownership of Cultural Property, 1970. At the time of writing 134 Member States of UNESCO (The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization) have ratified the convention.

[4] See here: <http://www.icom.museum>.

[5] See here: <http://obs-traffic.museum>.

[6] See here: <https://www.bak.admin.ch>.

[7] See here: <http://www.beniculturali.it>.

2.2 Trade restrictions

Possible trade restrictions must be considered. In particular, is the artwork subject to trade sanctions in any of the jurisdictions covered by the transaction? Trade restriction and sanction information is published on official state and government websites.

For example, following a UN Security Council resolution^[1], at the time of writing many countries have imposed bans on the handling, importation, exportation, sale, supply and transfer of Syrian and Iraqi cultural property.

[1] UN Security Council resolution 2199 (2015).

2.3 Ownership

The person who presents the artwork for sale may not be the legal owner or the sole legal owner. In these situations:

- obtain details of the legal owner and all other persons who have a legal interest in the artwork; and
- confirm that the people you are dealing with have authority to act on behalf of the legal owner of the artwork.

Situations where heightened due diligence over ownership may be required include:

- divorcing couples;
- family disputes and sales following inheritance;
- artworks subject to charges, liens and other security interests;
- legal proceedings involving the seller of the artwork;
- insurer interests in the artwork following a loss or theft.

Security interests

A security interest is a legal right granted by a debtor to a creditor over the debtor's property (usually referred to as collateral) which enables the creditor to have recourse to the property if the debtor defaults in making payment or otherwise performing the secured obligations. Artworks can and are frequently used as collateral in financing arrangements. In certain jurisdictions, such as the USA, creditors can have security interests in artworks without having physical possession of them. In these jurisdictions, it is therefore important to check if any security interests have been registered against the artwork. In the USA this is done by searching the state based UCC^[1] lien databases for financing statements mentioning the artworks as collateral.

^[1] Uniform Commercial Code.

2.4 Provenance & exhibition history

Establishing the provenance (historical record of ownership) and if applicable, exhibition history of an artwork can:

- help establish the artwork's authenticity;
- add to the artwork's value if it has a complete or distinguished ownership and exhibition history; and
- help prove ownership if legal title to the artwork is later contested.

Conversely, the absence or lack of a credible provenance can raise "red flags" regarding the artwork's attribution or authenticity. In the case of archaeological objects and cultural goods, the absence of a verifiable recent provenance could indicate that the item has been illegally removed from its source country.

Lost and stolen items

If there are provenance doubts or gaps, it is advisable to check the artwork against databases of lost and stolen art. Examples include:

- Interpol's "Works of Art" database;^[1]
- the Art Loss Register.^[2]

Enhanced due diligence is advised for the following categories of artworks, which present additional risks:

Cultural Property (including archaeological objects)

The looting and illicit trafficking of cultural property, including from conflict zones such as Iraq and Syria, is of increasing concern.

Before handling or acquiring cultural property, you should aim to establish:

- the country of origin of the object;
- when and how it left its country of origin and any intermediate country.

Provenance information should be supported by documentary evidence, as far as possible. It can be helpful to request copies of the following:

- export documents (including the export licence from the country of origin, if available);
- wills and dated inventories;
- publications in reputable sources (e.g. exhibition and auction catalogues);
- photos and family correspondence;
- excavation field notes.

Beware of fake documents and if necessary consult the authorities in the country of origin, any intermediate country and the country of the transaction. Examining the item first hand is also recommended as marks and other features can indicate if the item has been illegally excavated, restored, or taken from a larger item or collection. Consulting independent specialists (experts, museums, universities) about the object and its origin, can also be helpful.

Useful guidance on due diligence for cultural objects can be found at ICOM's International Observatory on Illicit Traffic in Cultural Goods website.[3]

Looted or spoliated items

Art professionals and collectors should be alert to the looting and spoliation of artworks that occurred in particular:

- at the hands of the Nazis in Europe between 1933 and 1948;
- in Eastern Europe and in the Soviet Union during the Communist era between 1949 and 1990; and
- in Cuba during the revolution between 1953 and 1959.

If an artwork was located in these areas during the sensitive periods, enhanced due diligence should be carried out to ensure the artwork is not looted or stolen. Specialist databases which can be searched include:

- Lost Art;[4]
- Central Registry of Information on Looted Cultural Property 1933-1945;[5]
- Catalogue of the MNR (Musées Nationaux Récupération) (France) ;[6]
- The Getty Research Institute.[7]

Some countries have published guidance on conducting due diligence for artworks suspected as having been spoliated or looted. For example, the Swiss Federal Office of Culture.[8]

[1] See here: <https://www.interpol.int>.

[2] See here: <http://www.artloss.com/en>.

[3] See here: <http://obs-traffic.museum>.

[4] See here: <http://www.lostart.de>.

[5] See here: <http://www.lootedart.com>

[6] See here: <http://www.culture.gouv.fr/documentation/mnr/pres.htm>.

[7] See here: <http://www.getty.edu>.

[8] See here: <http://www.bak.admin.ch>.

2.5 Artwork location & recent movement

The location and tax status of the artwork and if applicable its last country of export should be identified and verified. This ensures relevant tax requirements can be complied with and any necessary import and export licences and permits can be obtained[1].

Copies of export and import paperwork should be obtained ideally before taking possession of the artwork to ensure the artwork has entered the country legally.

If the artwork is an archaeological object, a fragment of an ancient building or a statue or other cultural good, written evidence confirming the artwork left its source country legally, should be obtained. Extra vigilance is required if the cultural goods have transited through countries neighbouring a conflict zone or which have been identified as being used in illicit trafficking routes[2].

[1] If the proposed European regulation on the import of cultural goods is adopted, art businesses and collectors will need to provide this information to import cultural goods into the EU, whether bringing them into free circulation or storing them in a bonded warehouse or Freeport.

[2] At the time of writing, examples of transit countries for Syrian objects include Turkey, Lebanon and Jordan.

2.6 Authenticity

Fakes, forgeries and misattributions are perceived as a major risk for buyers in art transactions. A fake artwork or one whose authenticity is difficult or impossible to establish with a high degree of certainty, will lose its commercial value and could represent a total loss for its buyer.

With the professionalization of the art market higher standards of due diligence are expected of art market actors. The reputational and financial consequences for art businesses are also extremely high.

Determining authenticity is a complex task and the checks undertaken will depend on the artwork. Where there is doubt, typically the following three areas will be explored in conjunction to give an overall picture on authenticity:

- expert opinion (including artist foundations, authentication boards and committees where they exist) and catalogues raisonné;
- provenance and art historical research; and
- scientific testing.

It is best practice to gather information from all three areas of enquiry and not to rely on one source alone.

Expert opinions and scholarship

There can be differences of opinion between experts, authors of catalogue raisonné and authentication boards and committees. Also, for some artists, the body of scholarship is constantly evolving. It is essential to record all expert opinions provided, even if those opinions differ. To avoid conflicts of interests, experts should not have a financial interest in the transaction for which their opinion is sought. Where several reliable catalogues raisonné exist on an artist, they should all be checked.

Provenance and art historical research

The provenance of an artwork should be supported and verified wherever possible with factual, written or photographic evidence. If any part of the provenance is hypothetical or cannot be verified, this should be indicated clearly. Caution is required when verifying provenance information as forgers or traffickers often falsify provenance information. For this reason, it is not advisable to rely on it as the only proof of authenticity.

Scientific testing

Scientific testing is increasingly used in art due diligence as it can provide independent and reliable information on materials and techniques used and the dating of materials and pigments. Scientific analyses can be helpful in detecting fakes and forgeries by revealing inconsistencies and anachronisms. These tests cannot however positively prove the authenticity of an artwork or its attribution to a particular artist. Any scientific report which makes such claims should be considered biased and unreliable. Scientific testing provides a complementary source of information to be used in conjunction with the other sources (i.e. expert opinion and art historical research) to provide an overall conclusion on authenticity.

In keeping with best practices, scientific testing should be performed by laboratories and conservation scientists with the relevant qualifications. Scientific reports should clearly describe the analytical process followed (including the type and calibration of the equipment) such that other professional

laboratories could repeat the tests and verify the results. The reports should clearly indicate which part of the results is factual and which part represents the author's interpretation of the results. As with any academic publication, scientific reports should reference their sources.

2.7 Condition

It is advisable to gather and share as much information as possible on the artwork's composition, condition and recommended conservation.

The materials used in an artwork as well as the artwork's condition and the presence of any restoration can impact the artwork's present and future value. An original artwork which has been highly or improperly restored can lose an important part of its value.

Sales are regularly contested based on what the buyer perceives as a lack of information (or incorrect information) regarding the state of conservation of the artwork. These factors will also dictate how the artwork should be transported and conserved and the associated costs. If incomplete information about the condition or fragility of an artwork is communicated to people taking custody of the artwork for shipping or exhibition purposes for example, damage can occur.

An artwork composed of materials which are bound to react chemically or which are organic and could decompose in the short term, should be considered a risky investment and a buyer should be informed of the risks related to the artwork's conservation. Seeking the advice of a professional and independent art conservator, specialising in the type of artwork in question (work on paper, oil paintings, ceramic, bronze sculpture, contemporary installation, etc.) is recommended.

Restoration is sometimes used to forge an artwork and/or modify its attribution (for example making it look older, adding a signature or an inscription, adding details typical of a particular artist or period, etc.)

A condition report prepared by an independent art conservator, with the proper level of expertise and specialisation can be an essential document in an art transaction or during a key stage of a logistical operation.

2.8 Artwork red flags checked

Example red flag situations include:

- an artwork is presented with very limited or no documentation or provenance;
- the artwork is an archaeological object or part of a monument and its source country (i.e. the country where it originated) is or has been in recent conflict;
- the artist or the object is known to be forged;
- adverse market comment regarding the artwork exists;
- documentation for the artwork (e.g. authorisations, export licences, provenance documents) appears to be false. See for example the fraud regarding fake ICOM / UNESCO certificates^[1];
- the artwork has no recent provenance or has unexplained gaps in its provenance. This can indicate an item that has been stolen, illicitly excavated or which is a fake or forgery
- the seller changes their story as to how they acquired the artwork;
- the artwork is subject to trade restrictions (e.g. sanctions prohibiting the trade in items originating from Syria and Iraq);
- artworks presenting unusual fluorescence under UV light (e.g. as a result of special varnishes used to hide details or restoration);
- artworks where the original canvas and tacking edges cannot be accessed;
- artworks with unexplained or extensive restorations;
- for high value artworks, no insurance and/or storage records exist.

[1] <http://www.unesco.org/new/en/culture/themes/illicit-trafficking-of-cultural-property/scam-alert/>

Checklist 3 - TRANSACTION DUE DILIGENCE

Understanding the background and purpose of the transaction is helpful to establish the risk profile of the transaction and to inform on the level of diligence the Art Business should carry out.

Art Businesses should examine in particular:

- the purpose of the transaction;
- the form and structure of the transaction (fair price, structure of the payment, involvement of intermediaries, conflicts of interests);
- the source of funds; and
- the documentation supporting the transaction.

Any activity relating to a proposed transaction that is not consistent with what is known about the client and the client's risk profile or which otherwise raises "red flags" should be the subject of enhanced due diligence by the Art Business. Such enhanced due diligence could include asking for additional information or documentation on the key elements of the transaction such as the context of the transaction, the source of funds or the structure of the transaction.

3.1 Purpose of the transaction

The Art Business should examine the client's background and purpose behind the contemplated transaction to identify if there is anything which raises suspicions as to the legitimate purpose of the transaction. For example:

- are the artworks being sold by the client consistent with what is known about the client's collection?
- is the level at which the client is selling or buying consistent with their past transactions and what is known about their professional activities and personal wealth?

if not, the Art Business may want to ask the client for further information.

3.2 Form of the transaction

Art Businesses should also consider the form and structure of the transaction, such as:

The use of intermediaries and other non-face to face methods

If the transaction is taking place through intermediaries, face to face, entirely via the Internet, over the phone, or by any other similar non-face to face means, there is a risk that the information provided cannot be properly verified and that the transaction is used in the context of an illegal scheme;

The use of unusually complex structures

If the client operates through multiple private investment companies or offshore structures whose ownership, control and/or beneficiary structure is opaque, legal rights arising from the transaction may be difficult to ascertain Art Businesses should exercise caution to ensure the transaction is not part of an illegal scheme.

Artificially low or inflated prices

If the client is willing to sell or buy at an artificially low or inflated price, and there are no logical business reasons justifying the price difference, there is a risk that the transaction may be part of a money laundering scheme and art businesses should exercise caution.

Unusual payment structures

If the client proposes making multiple low value cash payments for a single or series of connected transactions or proposes using a loan from a lender whose background cannot be verified or who is otherwise unreliable and the terms of the loan are unusual (non-existent interest rates, lack of collateral, excessive loan maturity dates), Art Businesses should exercise caution and obtain additional comfort that the transaction is not part of an illegal scheme before proceeding.

Conflicts of interests

Art Businesses should be alert to actual or potential conflicts of interest arising and take steps to avoid them and any situations of potential bribery. Examples of situations requiring scrutiny include where the seller and buyer (or their intermediaries) are connected. For those involved in the transaction, conflicts of interests create a potential exposure to liability for breach of contract or breach of other duties and the transaction could be rendered void.

3.3 Source of funds

Art Businesses should pay particular attention to the source of funds used in a transaction and be particularly alert to risks of money laundering or terrorist financing.

Cash payments

Art Businesses should generally discourage cash payments wherever possible. The source of cash cannot be traced in the way that payments made through established banking systems can. Accordingly, there can be no guarantee that the cash source is legitimate and clean.

Where Art Businesses accept cash they should keep the amounts small. Some countries have imposed limits on cash transactions per transaction or series of related transactions. Art Businesses should check the limits (if any) applying in the jurisdictions where they operate. See the Country Guides for further details.

Art Businesses should not accept single or multiple cash payments for an artwork in excess of the legally imposed threshold. If there is no legal threshold, Art Businesses are advised to conduct enhanced due diligence on the buyer and the source of funds so that they are satisfied that no money laundering risk exists.

Third party payments

Art Businesses are discouraged from accepting payments from a third party who is not their client and buyer of record. If there are legitimate reasons why it is justified for the Art Business to accept payment from a third party, before doing so the Art Business should conduct enhanced due diligence on both their buyer of record and the third-party payer and only proceed with accepting the payment if satisfied that no money laundering or terrorist financing risk exists.

Payments from bank accounts located in non-AML regulated jurisdictions

The preference for all transactions should be for the Art Business only to accept payments from reputable banks in jurisdictions subject to AML regulation and supervision. Such reputable banks and financial institutions are generally subject to a high degree of AML regulation. That said Art Businesses should remain vigilant and not rely entirely on the fact that banks and financial institutions will have carried out the necessary checks and verification to be satisfied that the source of funds is clean.

Art Businesses should be wary about accepting payments from bank accounts located in high risk or non-cooperative AML jurisdictions. To identify such jurisdictions Art Businesses are encouraged to consult the list of “High Risk and Non-Cooperative Jurisdictions” published by the Financial Action Task Force (FATF).[1]

Digital currencies

Digital currencies are currencies with no physical form that are not controlled by a central bank. Examples of digital currencies include Bitcoins, Litecoins and Namecoins.

At the time of writing the use of digital currencies in art transactions is not common. Art Businesses are advised to act cautiously before accepting payments in digital currencies which are not controlled or regulated. It is an area which regulators continue to monitor.

[1] See here: <http://www.fatf-gafi.org>.

3.4 Documentation

It is important to document transactions and movements in artworks fully and correctly. This puts Art Businesses in a better position if they are later required to provide information in the context of an investigation or if a dispute subsequently arises. Art Businesses minimise their legal, reputational and financial risks by being able to demonstrate and prove the circumstances of the transaction and the due

diligence measures they carried out at the time. Holding personal data on individuals may also entail data protection obligations which should be considered and complied with as prescribed by applicable laws.

Transactions

It is advisable to record transactions (such as for the consignment, sale and purchase, loan or exchange of artworks) in written agreements and to gather and retain proof of the due diligence measures carried out, particularly for transactions presenting increased risks or involving artworks of significant value. For identification purposes, it is advisable to include a good quality image of the artwork in any agreements.

Movement of artworks

Having correct and complete transport documents (including export and import permits, bills of lading and delivery notes) is important to prove the legal import and export of an artwork. Relevant aspects to record and check include:

- statements of origin and destination;
- details of the consignor, consignee and transporter;
- correctly entered dates;
- vehicle and flight details;
- the description of the artwork;
- condition reports for the artwork.

3.5 Transaction Red Flags checked

Example red flag situations include:

- client is evasive or reluctant to provide adequate information relating to their identity or the artwork;
- client provides information which appears to be false or documentation which appears to be fake;
- buyers who insist on paying large amounts in cash;
- buyers who insist on making multiple low value cash payments for a single or connected transactions;
- buyers who insist on paying with an anonymous credit card (e.g. China Union Pay Card which does not include the holder's name) or cash cards;
- clients who ask detailed questions about the Art Business' procedures for reporting suspicious activity and/or financial matters to tax authorities;
- clients who knowingly wish to sell at an artificially low or inflated price;
- clients who suggest unusually complicated structures for achieving a purchase or sale;
- buyers wishing to pay by a cheque drawn on a bank located outside the FATF jurisdictions <http://www.fatf-gafi.org/>;
- sellers /Consignors are unwilling to provide adequate proof of ownership for items they wish to consign

Note: The situation of an "unwilling client" should be distinguished from situations where clients have legitimate reasons for being unable to provide documentation proving their ownership. For example, it is not necessarily realistic to expect an original purchase invoice for an item which has been inherited. Common sense should prevail in these situations and other enquiries undertaken to verify ownership (e.g. obtain copies of insurance documentation, exhibition or catalogue references to the artwork, dated photographs of the artwork in situ. etc).

- buyer arranges payment for the artwork by a third party;
 - seller requests the sale proceeds to be paid to a third party;
 - the documentation provided is inaccurate or incomplete;
 - the seller and buyer (or their intermediaries) are connected;
 - the client's profile or business structure is inconsistent with the proposed transaction;
 - parties to the transaction have conflicts of interest.
-

Downloads

- Checklists
 - Explanatory Notes
-

***ANEXO III – BASEL ART TRADE GUIDELINES: INTERMEDIARY REPORT OF A
SELF-REGULATION INITIATIVE***



Dr Thomas Christ

Claudia von Selle

Basel Art Trade Guidelines

Intermediary report of a self-regulation initiative

GOVERNANCE

BASEL INSTITUTE ON GOVERNANCE



Basel Institute on Governance

The Basel Institute on Governance is an independent non-profit institution devoted to interdisciplinary research and policy advice in the areas of public, corporate and global governance, as well as international judicial cooperation and asset recovery. The Institute acts as a centre of competence by combining scientific methodology with hands-on practical experience to provide applied solutions to concrete problems. Based in Switzerland and associated with the University of Basel, the Institute comprises of internationally recognised academics as well as practitioners with long-standing experience in the field of anti-corruption and anti-money-laundering. Furthermore, it relies on a wide network of partners from around the world and works with all stakeholder groups concerned.

Working papers

In this working paper series the Basel Institute on Governance publishes reports by staff members and invited international experts, covering critical issues of governance theory and practice. For a list of publications, please visit www.baselgovernance.org.

Governance of Art Trade

The art trade market is global, highly fragmented and complex, involving a great variety of operators. In light of this complexity, the current level of regulation and existing compliance efforts by individual operators has proven to be insufficient. With some competitors engaged in unethical or illegal behaviour, operating profitably while acting with integrity and ethics is increasingly difficult. As other industry sectors (e.g. the financial sector when faced with the challenge of effectively combating money laundering) have experienced, collective action by key market participants can be a highly effective way to systematically and comprehensively address such business practices and to ensure fair and efficient competition in a global market.

Thomas Christ, Claudia von Selle,

Januar 2012

Responsibility for the views expressed and for any errors of fact or judgment rests with the author alone.

Basel Institute on Governance, Steinenring 60, 4051 Basel, Switzerland

www.baselgovernance.org

info@baselgovernance.org



History

The Art Trade Initiative was conceived at a global conference on ‘Governance of Cultural Property: Preservation and Recovery’, which took place in September 2009 in Basel, Switzerland and was organized by the Basel Institute on Governance. Amongst many other topics discussed, one focus of the conference’s initiators, Dr Thomas Christ and Claudia von Selle, was the role of the art market as a ‘*refuge de valeur*’ which may attract dubious players as well as art objects of doubtful origin and value.

As a result of these discussions, the participants expressed a strong interest in pursuing the idea of collective action, by establishing art trade ‘industry standards’, to address fundamental integrity issues in the sector.

Two subsequent meetings of committed key players, representing a major part of the global art market, took place in Basel and New York in 2010. In attendance were high-ranking representatives from several prestigious auction houses and various international art dealers’ associations as well as American and European lawyers. The Basel Institute on Governance organized the meetings and acted as facilitator.

About the authors

Dr Thomas Christ is Managing Director of DHL Logistics in Switzerland. He studied Law and History of Art at the University of Basel and concluded his academic education with a PhD thesis on fundamental copyright questions in the film industry. Besides sporadic publications and lectures on professional topics in the field of cargo and data management he remains interested in various aspects of the Arts and has written several books on historical and contemporary topics.

Claudia von Selle is a German lawyer with 14 years of international practical experience in the protection and restitution of cultural objects in international institutions as well as counsel for French and German Governmental Commissions and in representing private persons. Since 2000 she has pursued her work in this field as a lawyer for legal firms in Berlin and Paris (www.cvonselle.de).



Table of Contents

1. Introduction.....	5
2. Existing Guidelines and Regulations.....	6
3. A Proposal for Global Guidelines.....	8
4. Comments by Art Trade Representatives.....	20
5. Conclusion.....	23

1. Introduction

At first glance the global art trade, with an annual turnover of 30 to 40 billion Euros, seems comparable to other sectors of the global economy. Most of its typical activities, such as buying, selling and placing objects of art, are generally regulated by national commercial, civil and criminal legislation, applied and interpreted by local courts.

On closer inspection, however, certain characteristics emerge that are peculiar to the art trade. They are also crucial for the adequate understanding and appreciation of this sector's increased susceptibility to illegal activity.

- The art trade is an extremely diverse market area bringing together a wide range of highly diverse players. One half of the trade is dominated by a few auction houses, while the other half is an open playing field for a myriad of art-dealers. These in turn are organised in a variety of trade associations and subscribe to a great range of different ethical standards.
- The art trade largely operates independently of the financial markets and the fluctuations of share prices, yet displays comparable characteristics by exposing its trade objects to often dramatic and sometimes inexplicable changes in value.
- Akin to the real estate sector, the art trade has the reputation of a *refuge de valeur*, which means that the more tightly the international financial sector is regulated and controlled, the more copiously funds flow into the art world.
- In comparison with other trade sectors, the art market faces a higher risk of exposure to dubious trade practices. This is due to the volume of illegal or legally questionable transactions, which is noticeably higher in this sector than in other globally active markets. Far more serious than shady dealings in a legal grey area, the sector's shadow economy encompasses issues ranging from looted art, professional counterfeiting and fake certificates to the use of art sales for the purpose of money laundering.

However, the main difference between the art trade and neighbouring markets is found in the necessity to subject almost every transaction to two questions. Firstly: 'Is the ownership of an art object up for sale traceable (provenance of the object)?'; secondly: 'Are the buyers and their sources of funds identifiable (provenance of the funds)?' While the latter question has in the last few years increasingly been dealt with by the enactment of anti-money laundering legislation in a growing number of countries, the former still puts professional art dealers in a tight spot due to the conflicting priorities of transparency and discretion. If a dealer cannot prove the authenticity of an object beyond any doubt he should either retire from the transaction or disclose the identity of the vendor. However, the vendor may have very good and legitimate reasons why he/she does not want his/her identity as owner or heir of a given art collection to be known to the general public.

Some auction houses have addressed the looming reputational risks associated with this dilemma by subjecting themselves to a variety of workable in-house rules and guidelines. However, as a result of this unilateral approach, a transaction refused on such grounds by one house may well be picked up later by a competitor who feels committed to

different business standards. In particular, it is the formulation of non-disclosure agreements (and their legal exceptions) between agent and vendor that is a notorious bone of contention for lawyers and art dealers alike.

In this context, the need for collective action in the art market has repeatedly been emphasized at various art trade conferences. A so-called ‘self-regulation initiative’ has the advantage of pre-empting and potentially influencing formal regulation that is increasingly likely to be introduced in view of the general tightening of regulatory frameworks in related matters.

However, a breakthrough beyond joint statements of intent has not been achieved so far, let alone the formulation of universally agreed upon guidelines such as those proposed in this working paper. Productive initial discussions with some key representatives of the art trade have taken place with the assistance of the Basel Institute on Governance. They have revealed that there is still a gap to bridge between stakeholders’ deeper insights and their actual commitment to addressing the problem. There seems to be a tendency to discredit the pressure towards better regulation of the arts sector as mere media hype. This is, of course, a fallacy. One that the industry itself will hopefully be able to address from within, before national legislators step in; or before the whole sector slides into dubious market behaviour whilst dealing with questionable objects and thus loses its reputation as a respectable business sector.

2. Existing Guidelines and Regulations

After the ‘Hague Conventions’ of 1907 und 1954 ousted the looting and destruction of cultural properties in armed conflicts, the UNESCO Convention of 1970 regulated their illicit import, export or transfer of ownership at an inter-governmental level.

- | | |
|------|--|
| 1993 | European Commission Directive 93/7 on the return of cultural objects |
| 1995 | UNIDROIT Convention on stolen or illegally exported cultural objects |

Internationally binding agreements have been slow to translate into national law. Consequently, the variety of non-binding guidelines is so great that only a selection can be presented below:

- | | |
|------|---|
| 1986 | Code of Ethics for Museums (ICOM), revised in 2004 |
| 1998 | Washington Principles on Nazi-looted Art, followed by the Terezin Declaration in 2009 |
| 1999 | UNESCO International Code of Ethics for Dealers in Cultural Property |
| 2007 | Recommendations on the trade of cultural objects on the internet by INTERPOL, UNESCO und ICOM |

There are, furthermore, the ethics rules established by a variety of international trade associations such as:

Antique Tribal Art Dealers Association (ATADA): Trade Practices and Guarantee, Article X, Amended Bylaws of the Antique Tribal Art Dealers Association, Inc. (1997, amended 2007)

Association of Art Museum Directors (AAMD): New Report on Acquisition of Archaeological Materials and Ancient Art Issued by Association of Art Museum Directors (2008)

Association of Art Museum Directors (AAMD): Art Museums and the Identification and Restitution of Works Stolen by the Nazis (2007) - Position Paper (Not Guidelines)

College Art Association (CAA): A Code of Ethics for Art Historians and Guidelines for the Professional Practice of Art History (1995)

College Art Association (CAA): CAA Statement on the Importance of Documenting the Historical Context of Objects and Sites (2004)

Confederation internationale des negociants en oeuvres d'art (CINOA): International Support and Guidelines (1987, amended 1998 and 2005)

International Association of Dealers in Ancient Art (IADAA): Code of Ethics and Practice

Museums Association (MA): Code of Ethics for Museums: Ethical principles for all who work or govern museums in the UK (2002)

World Archaeological Congress (WAC): First Code of Ethics (1990)

Ethical rules have furthermore been established by national arts dealers' and museums' trade associations such as:

British Art Market Federation (BAMF): Principles of Conduct of the UK Art Market Adopted by the British Art Market Federation (2000)

German Museum Association: Code of Ethics

J. Paul Getty Museum: Acquisitions Policy for the J. Paul Getty Museum (2006)

Metropolitan Museum of Art (MMA): Collections Management Policy (2008)

Society for American Archaeology (SAA): Principles of Archaeological Ethics (1996)

Swiss Association of Dealers in Arts and Antiques (SADDA): Code of Ethics

At a national level, most countries nowadays have their own legislation governing the illegal export of cultural goods.

3. A Proposal for Global Guidelines

These guidelines, the ‘Basel Art Trade Guidelines’ have been devised by the Basel Institute on Governance on the basis and as a result of what has been discussed among the key market players who participated at the Art Trade meetings held in Basel and New York in 2010. The guidelines are meant to be a first draft and proposal which has to be discussed further and is open to modification which the participants will deem as necessary or more appropriate. The guidelines considered in particular the already existing legal obligations of the art market participants, e.g. with regard to the questions of disclosure regulations and non-disclosure agreements. In art dealing the matter of disclosure and discretion belongs to the most sensitive challenges. The starting point for the creation of guidelines was therefore to be in line with national legal requirements and simultaneously to respect the requirements of a globally functioning art market. Finally the guidelines also offer a proposal on implementation procedures on the basis of experience in other industries. In this sense the guidelines reflect, harmonize and summarize the status quo and hence provide a common platform for self-regulation which the art market participants can develop if necessary.

Basel Art Trade Guidelines

A. Preamble

B. Scope of the rules

1. Art market operators
2. Art market objects

C. Standards for art market operators

3. Identification of the seller and the buyer
4. Due diligence before sale
5. Source of funds
6. After-sale responsibility
7. Conflict management

D. Implementation

8. Information and documentation
9. Implementation
10. Secretariat

E. Recommendation

A. Preamble

The purpose of the Basel Art Trade Guidelines (BAT Guidelines) is to support the art market in its efficient and fair functioning. Art market participants are required to respect applicable laws and to adopt business practices that are not only ethical but also safeguard and promote the reputation and integrity of the art market as a whole.

The following Guidelines are understood to be applicable to all art market participants and aim to provide practical guidance for the sale of art objects.

Finding a definition of ‘the art market’ is difficult because today’s market is wide ranging in scope and covers not only art and antiquities but also a whole array of collectible objects. As a consequence, the various participants in this market are very diverse.

The art market has various very characteristic attributes that make it attractive but also vulnerable. These include its insider aspects and the hierarchy of knowledge and status, as well as the fact that art market participants can assume the multiple roles of auctioneers, dealers and collectors which, in other markets, would involve conflicts of interest. Furthermore, access to readily available information that directly affects market value and pricing patterns (for example the number of pieces available) is both unstructured and opaque. The art trade market is therefore susceptible to illicit practices and money laundering despite the existence of laws, international frameworks and soft law efforts to combat these crimes.

In this context, many international art market stakeholders have developed internal guidelines and compliance programmes to ensure lawful and ethical business practices, in particular to prevent corruption and minimise risks in their business activities. The adherence to such compliance programmes is difficult if competitors do not conduct their business according to the same high standards and instead engage in illicit behaviour.

Collective self regulatory action by market operators, designed to ensure that best practices are observed throughout the market, is the most efficient way to combat unethical business practices and will result in a level playing field and fair competition for all.

On the one hand the BAT guidelines propose due diligence requirements for contractual partners (namely seller and auction house or art dealer and buyer). On the other hand, they offer a guarantee of equal competitive conditions to participating market operators. Observance of the BAT Guidelines will mean that a competitive advantage can no longer be gained by disregarding due diligence obligations. These Guidelines therefore contribute to the creation of fair trade in what is currently a highly irrational and obscure market.

It is in the interests of all art market participants to adopt and implement these guidelines. Precisely because an art market operator may adopt interchangeable roles, proper due diligence conducted as

a seller will likely benefit that same operator when acting as a buyer.

These Guidelines do not seek to replace existing initiatives but rely on art market operators' full compliance with applicable national legislation, international conventions and relevant Codes of Ethics such as the IADAA, ICOM CINOA, CAA-Codes and others. These various instruments are, however, of limited application and effect as their respective scope will cover only certain countries, specific operators and at the same time often lack mechanism of enforcement and sanctioning. The overarching scope of the BAT Guidelines thus complements the existing range of standards and instruments and provides consistency and a level playing field to all participants.

B. Scope of the rules

1. Art market operators

Art market operators include, for example auction houses, galleries, museums, art fairs, experts, insurers, conservators, curators and restorers. Despite being subject to different regulations, they all face similar risks with regard to the provenance of the art object and the source of funds. As art market operators can assume different roles - for example when an art gallery or museum acts as either seller, buyer or intermediary - it is in their own interest to implement similar practices for all market operators. These Guidelines therefore apply to and address all art market stakeholders who are involved in the sale of art objects as professionals.

2. Objects of the market

For the purposes of these Guidelines the art market is understood to be the trade of art objects. What constitutes an art objects is explained by the following two definitions of 'art objects' and 'collectable objects':

2.1. Art objects

According to international law art objects are those which, on religious or secular grounds, are of importance for archaeology, prehistory, history, literature, art or science.

2.2. Collectable objects

In addition to and going beyond this definition the BAT Guidelines also cover collectable objects, which are all objects handled by art market operators, or which, due to their unique selling and pricing pattern/condition, are usually dealt with by the same market participants.

C. Standards for art market operators

3. The identification of seller and buyer

3.1. Principle

Identifying the seller reduces the risks resulting from any ambiguity regarding provenance, illicit trade and forbidden exportation. Identifying the buyer reduces the risks of money laundering and illicit enrichment and serves to preserve the records on provenance of the art object. The art market operator therefore has to ensure full identification and documentation of the seller and the buyer ('know your customers' rule).

3.2. Balancing interests

Some sellers and buyers may have reasonable grounds to prefer to remain anonymous to third parties (discretion) while the need to ensure clarity on the provenance of art objects and funds has to be adequately addressed (disclosure). In practice, this means that if the art market operator knows, or has reasonable suspicion to believe that the other party to a transaction is, in fact, acting on behalf of someone else (e.g. another buyer or seller), the art market operator must establish the identity of the true beneficial owner and the capacity in which the counterparty is representing this beneficiary. This identification of the beneficial owner should take place even if the identity is to ultimately remain unknown to third parties. It is essential to combine due diligence with a balanced disclosure and discretion approach at different levels as follows:

3.2.1. Disclosure

The identity of the seller and the buyer must be known to each other, and to all intermediaries involved, including to third parties with a legitimate legal interest. Such a legitimate legal interest exists if a third party has a commercially justifiable or reasonable entitlement to the defined value of the object or to the object itself. Where such disclosure is granted, the third party may communicate the identity of the seller only in connection with the said third party's legitimate legal interest, and must confirm this in writing to the market operator before any such disclosure is made.

In general, the rules for the disclosure of the buyer's or seller's identities are in accordance with the applicable anti money laundering laws and regulations.

3.2.2. Non-disclosure to third parties

Non-disclosure agreements should be avoided, but may be admissible when explicitly requested by the seller or the buyer. A request for non-disclosure to third parties can be granted if a market participant presents justifiable or reasonable grounds, such as the necessary and legally defensible protection of his privacy. A justifiable interest will not be recognised if the reason for non-

disclosure serves to circumvent applicable laws. Such non-disclosure requests only lead to enhanced due diligence obligations (see 4.4.1.). The art market operator acting for a seller who requests non-disclosure must provide a purchase back guarantee or equivalent and inform the latter about the possible consequences of non-disclosure.

3.2.3. Disclosure procedures towards third parties

These Guidelines propose that even where non-disclosure has been requested the identity of the seller or buyer has to be communicated by the market operator to third parties with a legitimate legal interest using the following procedure: The market operator communicates the request for disclosure to the concerned party (seller/buyer) granting a reasonable time for response. If the latter opposes such a disclosure request explicitly and with a legitimate reason, the final decision will be determined by the Advisory Board (see 9.2.2) which will seek to balance the various interests at stake (*in camera* procedure). If the Advisory Board grants disclosure, the third party may communicate the identity of the seller/owner only in connection with the said third party's legitimate legal interest, and this must be confirmed in writing to the market operator before any such disclosure is made.

4. Due diligence before sale

4.1. Due diligence

Due diligence before sale is crucial to establishing transparency on provenance, including rights of disposal, third party rights, authenticity and, finally, the price of the art object. The identification of the art object is verified through due diligence and determines the commitments the seller has to the buyer, and the responsibilities of the art market operator in concluding the operation. In general, an art market operator's best efforts should be at least equal to the due diligence endeavours he would undertake when acting for his own account and responsibility (*diligentia quam in suis*).

4.2. Best efforts due diligence

4.2.1. Principle

An undisputed and uninterrupted provenance history and proven authenticity of the art object is the aim in all transactions. In adopting and implementing these standards, art market operators commit to undertaking best efforts in conducting due diligence when preparing for selling, as described in the following:

4.2.2. Research and evidence

The market players will invest sufficient time to research reasonable provenance and authenticity before finalising selling procedures. The art market operator acting on behalf of the seller is obliged to undertake provenance and authenticity research, making such efforts as are commercially reasonable and providing information on the art

object as well as its former owners. He is therefore obliged to use all sources of information which are, or can be, made available using justifiable and reasonable efforts. In particular, this includes:

- obtaining the provenance history of the object;
- requesting identification information from the seller,
- establishing credibility and plausibility references relating to the seller,
- referring to publicly available databases and listings relating to the parties to the transaction and the art object respectively;
- obtaining any relevant and available legal documents, witness declarations, expert opinions as the case may be, and
- checking the restoration history as appropriate and presenting circumstantial evidence when no direct documentation is available.

The market operator's obligations to obtain the evidence described above should be in proportion to the market value or the cultural/historical/religious importance of the object in question.

4.2.3. Conflict of interest

An expert's opinion is invalid if the professional independence of the expert is in doubt. This is the case if the terms dictating his financial remuneration prevent the expert from fully disclosing relevant information (for example because of a success fee). At the request of the art market operator, the art expert will disclose his commercial or financial relationship with the seller, the buyer, the art dealer or the auction house.

4.3. Incomplete provenance

Being in possession of an art object does not in itself provide sufficient evidence of ownership and the rights of disposal. In the absence of valid objections it is, however, reasonable to suppose that the possessor enjoys full ownership of the art object. In these and other cases where full evidence on the provenance of the art object could not be procured, but sufficient indications of legitimacy are available, the art object can still be sold, but only with full disclosure of the seller's identity and the respective findings.

4.4. Enhanced due diligence

The art market operator must initiate enhanced due diligence if the seller requests non-disclosure of his identity to third parties or if the provenance or the authenticity of the art object itself raises serious doubts. Enhanced due diligence involves, at least, the following efforts: Obtaining additional independent expertise, consulting expert committees and gathering second/further opinions, checking of additional databases, registers and listings, professional background check on the seller, research on previous art trade activities involving the seller (possibly facilitated by the other participants in this initiative), and information requests to relevant law enforcement authorities. The claim that the above procedure would incur

unreasonable expenses has no legal basis under these circumstances.

4.4.1. The cost of enhanced due diligence

Art market operators will inform the seller in advance that enhanced due diligence will take place as a result of the request for information to remain undisclosed, and will inform the seller of the procedure as well as the expenses incurred. The costs of increased due diligence will be borne by the seller.

4.4.2. Residual doubts

4.4.2.1. Unclear provenance

Should the enhanced due diligence procedure yield insufficient or inconsistent information (*non liquet*), the art market operator should propose to the seller full disclosure of these findings to the buyer and to provide a purchase back guarantee or its equivalent, to address the possible consequences of the unclear provenance. Should the seller refuse such disclosure and guarantee, the market operator will abstain from providing his services.

4.4.2.2. Doubtful provenance

Should the enhanced due diligence or similar third party information lead to serious doubts or well founded suspicion that the art object was stolen, illegally imported or otherwise illicitly obtained, the art market operator must inform the appropriate local authorities. In such a case, the object in question has to be held in trust/custody by the art market operator until the respective law enforcement agency gives further instructions. The sellers of such ‘objects of doubtful provenance’ have to be informed by the operator regarding the potential opening of procedures and the operator’s cooperation with the respective authorities.

5. Source of funds

5.1. Principle

The art market operator will endeavour to deal only with buyers whose source of funds can be established to be legitimate. To meet this obligation, the art market operator should undertake adequate and reasonable measures to establish the origins of the funds involved in the transaction. Such efforts could include obtaining an appropriate certification from a reputable financial institution regulated for anti-money laundering purposes in the country where the art market operator is located.

5.2. Cash payments

In general, transfers in cash are to be discouraged altogether. Where they take place and if they exceed EUR 15 000 (or the equivalent in any other currency), the art market operator should conduct

enhanced due diligence on the buyer.

5.3. Beneficial owner of the funds

If the buyer is a domiciliary company, or acting as an intermediary or otherwise on behalf of a third party, the art market operator must establish the identification of the ultimate beneficial owner of the funds.

Where the source of funds gives rise to grounded suspicions of money laundering and in the absence of a plausible explanation, the art market operator must report those suspicions to the appropriate authorities. The art object may then be subject to legal orders, as required by local laws and regulations, and the transaction may be blocked.

The art market operator must establish record retention requirements for all documents relating to transactions involving art objects. The documents must be retained for a minimum of five years.

6. After-sale responsibility

6.1. Principle

The after-sale responsibility of the art market operator is directly proportional to the level of disclosure and due diligence exercised in the operation. The greater the level of disclosure and due diligence by the art market operator the lesser the responsibility after sale.

6.2.1. Limited responsibility

If the identity of the seller and the buyer is disclosed (see 3 above), and due diligence duties have been properly observed (see 4 above), the art market operator will only be liable for those deeds that he is usually responsible for in the conduct of his own dealings (*diligentia quam in suis*; see 4.1.).

6.2.2. Strict responsibility

If the seller's identity is not disclosed, or the market operator otherwise breaches his due diligence obligations, he will be liable to the buyer also in cases of unclear provenance or unresolved questions regarding the genuineness of the art object, provided the buyer acquired the object of art according to applicable laws and free of any legal impediments.

7. Conflict management

As disputes about art objects typically involve weighty economic interests, or arise through political, historical or cultural conflict, a non-judicial settlement of such cases is usually more appropriate and successful.

Besides seeking remedies from conventional courts, the BAT

Guidelines recommend taking recourse to out-of-court settlements, which include various Alternative Dispute Resolution (ADR) proceedings, such as:

- Arbitration
- Mediation
- Recourse to a Dispute Board (within ADR Proceedings)
- Adjudication

All signatory art market operators will receive a list of available ADR proceedings in conflict resolution. Umbrella cooperation agreements will be signed between the competent international and national institutions and the Advisory Board or the respective art dealers association, thus allowing the signatory art market operators to rely on and refer to a pool of experts when considering ADR proceedings.

The signatory art dealers' associations in cooperation with the Advisory Board will provide *ad hoc* guidance for the selection and application of appropriate ADR proceedings and will give general advice on conflict management.

D. Implementation

The proposed measures try to convert these Guidelines into a living document. The foreseen steps therefore have to be discussed, if necessary amended and agreed upon by the signatory parties.

8. Information and documentation

8.1. Information

In order to facilitate the implementation of the standards set out in these Guidelines, art market operators make a commitment that they will:

Publicly subscribe to the BAT Guidelines, either directly or through their respective art dealers association, and will report back on the measures undertaken to implement them.

All signatory parties will:

Publicly acknowledge their compliance with the BAT Guidelines, define internal measures to implement them or amend existing policies and procedures as may be necessary; retain all documentation that may be relevant to establishing the provenance of art objects in the future or to funds involved in transactions that have been either conducted or refused, for a minimum of five years starting from the date of receipt of such documentation.

8.2. Databases

The art market operators will establish two databases, namely: A database of art objects whose provenance could not be fully

established; and a database of art objects whose provenance has been subject to a claim. These databases will be accessible to signatory parties, law enforcement officials and other authorities entitled to request such information.

9. Implementation action

Implementation of the BAT Guidelines involves:

9.1. Training programmes

The art market operators will engage in training and awareness raising programmes to support the implementation and dissemination of these Guidelines throughout the art market. Training activities may involve peer-to-peer exchanges of information as well as specific training programmes organised for example, by art trade associations and their members/signatories. Awareness raising programmes should include all relevant media, public and private sector firms and take place worldwide.

9.2. Monitoring

9.2.1. Monitoring mechanism

The art market operators of this initiative will establish an independent monitoring mechanism to ensure compliance with the BAT Guidelines. Its main functions will be:

- to take the necessary steps towards the development of an auditing mechanism for art market operators committed to implementing the BAT Guidelines (i.e. through jury activities at international fairs);
- to create certification procedures through international art dealers associations;
- to control the effective use of the BAT Guidelines;
- to receive and address complaints of violations or non-compliance with the BAT Guidelines and impose sanctions for breaches of these Guidelines.

9.2.2. Advisory board

Elections for the eight members of the Advisory Board will be held every five years. The composition of the Advisory Board will be in proportion to the art market operators' professions and the details to be defined in rules governing these elections. The Advisory Board will be responsible for monitoring compliance with the BAT Guidelines. In carrying out its duties, the Advisory Board is not bound by instructions.

9.2.3. Sanctions

Sanctions may be recommended by the Advisory Board and imposed by signatory art dealers association boards only after a hearing has been held. Sanctions may include a warning, loss of signatory

association membership and/or, withdrawal of certification and will be proportionate to the gravity of the breach of the BAT Guidelines or the degree of culpability. A member of the Advisory Board is to be excluded from any decision to determine a sanction if the affected art market operator or a member of the Advisory Board expresses justifiable suspicion of bias or conflict of interest. Such an event generally arises if the Advisory Board member is either personally or economically linked to the affected art market operator or is a direct competitor. The discussion and decision as to whether a member of the Advisory Board will be excluded from proceedings under such circumstances, will take place in the absence of the said member.

The signatory art dealers' associations, in cooperation with the Advisory Board, will develop harmonised rules on sanction procedures, with the aim of fostering the successful implementation of these Guidelines.

9.3. The Advisory Board may transfer its decisions under this section (9.2) to an independent, non-partisan arbitrator who is bound by the rules of confidentiality.

9.4. Ethics Group

The signatory art dealers' associations in cooperation with the Advisory Board may establish an Ethics Group that will work to improve the BAT Guidelines, give opinions on cases of conflict at the request of the signatory parties, and represent the signatories on a political level.

10. Secretariat

10.1. Responsibilities

A secretariat will be set up in order to:

- coordinate the implementation and monitoring activities;
- support art market operators in the adaptation of their internal regulations and practices,
- compile a register of the art market operators who effectively implement the BAT Guidelines
- maintain and provide access to the expert pool; and
- provide assistance in the event of conflict and coordinate contacts with mediation and arbitration institutions.

10.2. Location and financing

The secretariat will be located at the Basel Institute on Governance in Basel, Switzerland. The secretariat will be financed by signatories to the BAT Guidelines.

E. Recommendation

The effective implementation of the BAT Guidelines will only be possible if there is considerable improvement in the accessibility to

archives and better cooperation with respect to existing registers of lost art works. The signatory parties therefore recommend the concerned bodies to engage in constructive collaboration and to develop rules that facilitate research by third parties. As far as possible all research and access to public archives should be free of charge.

4. Comments by Art Trade Representatives

The draft of the BAT Guidelines, as presented above, is based on consultations with representatives of the art trade as well as on existing guidelines of national and international art trade associations and organisations. Such ‘local’ rulings, however have very little impact on the actual conduct of day-to-day business, which is mainly due to their non-binding character and lack of sanctioning power.

At present, market leaders, such as the prestigious auction houses Christie’s and Sotheby’s, operate with their own in-house guidelines. Their guidelines typically differentiate between various types of problematic provenance, for instance by treating art looted by the Nazis differently from trophies carried off by the Allied forces during World War II. Guidelines then lead to radically diverging conclusions, as auction houses readily admit themselves. This is one of the reasons why, for example, in the case of Nazi looted art, they would welcome the creation of a unified sample catalogue containing clear definitions of what constitutes a ‘forced sale’. Even though the need for such a framework has also repeatedly been emphasized by American museum associations, no concrete steps towards a cooperative approach have been taken so far.

One of the main objectives of the draft BAT Guidelines was to find a way of harmonising a quantitatively and qualitatively diverse range of ethics and due diligence standards. One of the first steps was, therefore, the creation of instruments which would facilitate this process of harmonisation, based on regulations governing conflict resolution and control mechanisms in other business sectors. The aim was to create a framework which would hold up in court and not fall below legal standards already applied to market operations today. The art market is a business sector with traditionally high levels of commercial confidentiality. Talks with art trade representatives have uncovered a pronounced gap between their perceived personal entitlement to disclose or retain information pertaining to an art object, and the actual legal requirements protecting third party interests in such matters.

The three focal points listed below should therefore be regarded as the pillars of the BAT Guidelines, especially as they have not been formulated in this way in any of the international agreements or non-binding directives currently in existence

- rules on commercial confidentiality;
- procedures for alternative conflict resolution (ACR);
- an implementation and monitoring system.

For a better understanding of the diverse nature of this business sector, the issues at stake and the corresponding difficulties in coming to an agreement on content and typology, it has been decided to list comments received on individual draft guideline paragraphs below:

A. The name ‘Basel Art Trade Rules / Guidelines’: comments

Strong opposition to the word ‘rules’, was expressed by the Anglo-Americans. They argued the term would indicate a binding nature of

the standard, which was contrary to the declared aim of the market operators consulted. The term ‘guidelines’, was perceived to more adequately express the spirit of the initiative.

B. Scope of the rules: comments

1. Art market operators

Primarily, art market operators are buyers, vendors and intermediaries involved in the sale of an art object. Often, the same person or company may adopt any one of these three roles. Even though it might be more constructive to limit the BAT Guidelines’ scope of application to these three types of operators, the reality shows that the market is furthermore dominated by insurance companies, museum curators and expert evaluators. The central role of this last group is demonstrated very nicely by the infamous Jaeger/Beltracchi case (2011), where an entire forged collection changed hands in a million dollar deal made possible by the opinion of one respected expert evaluator, who had declared the works of art genuine. During the last working group meeting it was therefore decided to include these last named groups in the BAT Guidelines’ scope of application.

2. Objects of the art market

2.1. Cultural objects

According to feed back, this paper cannot ultimately fall back on the Unidroit Convention for a definition of the term ‘art object’, as the Convention on the whole, appears to be unacceptable to art market participants. The BAT Guidelines have therefore decided to rely on the UNESCO definition. The same applies to the term ‘collectable object’ (cf. 2.2).

C. Standards for art market operators: comments

3. Identification of buyer and seller

3.1. Principle

Standardised ‘know your client’ (KYC) rules have already been initiated, developed and adopted by most major auction houses.

3.2. ‘Balancing interests’

This article was rejected altogether by the Anglo-Americans, on the grounds that it fails to adequately take into account the specific conditions and circumstances of the art market, which they believe to be unable to function at all without the current levels of commercial confidentiality. However, the same individuals criticised the lack of in-depth rules on price fairness and ring behaviour. The authors are yet to receive constructive criticism on how to adequately address this dilemma.

As a matter of fact, the BAT Guidelines have been drafted along the lines of two fundamental principles of commercial as well as civil law:

1. A market operator's risk of liability is directly proportional to the amount of due diligence applied: the less diligence, the higher the risk.
2. As much transparency as necessary, as much freedom to act as possible.

The authors have decided to include a range of universally known legal terms such as 'evidence', 'residual doubt', and 'legitimate legal interest', so that market participants may apply criteria to their professional activities that could also be quoted in court.

As a basis for discussion, the proposed rules on disclosure do not, in any event, exceed the legal principles generally applicable today, such as the principle that unlawful behaviour is exempt from legal protection. It is the prerogative of art market operators themselves to establish more stringent rules or to enhance the general legal provisions with best-practices relating to their specific field of operation.

Newly introduced forms of legal procedure, like, for instance '*in camera* proceeding' have their roots in both European continental (i.e. German and French) and Anglo-American jurisdictions ('Freedom of Information Act').

4. Due diligence before sale

Those without a legal background found it somewhat difficult to assess the various provisions regarding unclear or doubtful provenance and residual doubt. However, elucidation on this (and other) finer points of the BAT Guidelines will be a projected part of the implementation procedure.

Some criticism was directed at what was termed the 'excessive and unrealistic' scope of the Guidelines, especially with respect to the requirement of a second expert opinion. The authors hope that the example of the counterfeit Jäger/Beltracchi collection, which highlighted the need to apply scientific methods in the assessment of art objects, will heighten general awareness of the need to address this issue.

Opinions diverge widely across the sector regarding the various ways in which legal ownership of an art object can be proven. Under most continental European codes of civil procedure, documentation is only one kind of a whole range of evidence that may be produced. The BAT Guidelines therefore apply the far reaching fundamental principles of many civil procedure codes and include legal inspection, expert opinion and witness statements as well as any other evidence designed to prove ownership to the court.

The Guidelines' proposals on implementation matters attracted some criticism. Due to the heterogeneous nature of the art market the establishing of an the Advisory Board were declared unacceptable especially to the market-leading auction houses. However, no alternatives and no further discussions regarding the final version of these guidelines have taken place so far.

5. Conclusion

It can be assumed that the problem of illegal trafficking in art objects and measures taken to combat it are destined to become more significant over the next years. This tendency has already been witnessed since 2008. The latest example is the ‘Art and Cultural Heritage Mediation Program’ which was presented by ICOM (International Council of Museums) und WIPO (World International Property Organisation) in September 2011. Mediation of disputes over art objects is now open to members and non-members of ICOM. This organisation supplies a list of mediators and conducts specialist mediator training programmes.

Unfortunately, the art trade has shown a pronounced lack of interest in constructively dealing with the proposed draft BAT Guidelines and the issues it addresses. Reactions to a letter sent out to key representatives of the art trade industry by the Basel Institute on Governance in July 2011 were met with reservation and outright refusal to engage. Both the arbitrating role of the Institute and the Guidelines as such have remained unacceptable or unimportant to art market participants.

This, and the fact that even trials such as the Jäger/Beltracchi case go largely unnoticed in the USA, may point to the possibility that the art trade is simply not ready for self-regulation at this moment in time. As it happens, it may have to be the role of legislators and judges to form the framework for a better regulation of this particular business sector.

Nevertheless discussions with reputed exponents of the global art trade have shown that in principle market operators agree on the need to take self-regulatory action on matters discussed in this paper and in the BAT Guidelines, under the condition however that such collective action does not directly undermine the commercial interests of their trade. In other words, what seems legally and morally appropriate continues, at least at this present time, to be seen as economically harmful.

However, the authors of this paper are of the opinion that today’s deregulated art market risks being contaminated by doubtful or even criminal market players. It is therefore not the primary motivation of the BAT Guidelines to focus on single cases of trade with stolen or forged art objects. These matters are already taken care of by national jurisdiction and by specific legal provisions protecting the damaged parties and sanctioning the perpetrators. Rather, the BAT Guidelines seek to self-regulate two matters that have not yet been sufficiently addressed at a global level, namely the provenance of an art object and the provenance of the funds. If the BAT Guidelines address these matters, they do so with the intention of preventing the international flow of illicit funds and the trade in stolen or fake art objects. The latter might well be instigated or organised by the same dubious organisations or individuals involved in money laundering.

In addition to the financial value pertaining to these matters, the global art market should be seriously concerned with considerable reputational risks as again illustrated by the Jäger/Beltracchi case of 2011 which, according to the media, is the largest case of art forgery since the Second World War. It is interesting to note that in this case, the European media did not focus much on the person having forged the art

objects but much more on the doubtful role of the market operators, i.e. galleries and art experts who were involved. The large auction houses stress that illicit funds and art objects of dubious provenance, forged or extorted expert opinions continue to make up a small portion of the global art trade only. In this light, one would think that a self-regulation initiative as proposed by the authors of this paper is no threat to their operations and should be an ideal opportunity to position themselves in a positive light in the global market. However, it seems that despite an increasing number of relevant cases having recently come to light, no rethinking of this position has yet taken place.

ANEXO IV- SOTHEBY'S CODE OF BUSINESS CONDUCT

———— *Code of* ————
BUSINESS CONDUCT

Sotheby's

Sotheby's



34-35 New Bond Street, London



1334 York Avenue, New York



5/F One Pacific Place, Hong Kong

Dear Colleague:

Our Code of Business Conduct is critical to keeping us, our clients and our business safe. Please join me in reading the Code and using it to guide us in all aspects of our work. In every situation, we are the face of Sotheby's and it is our responsibility to exhibit our values and adhere to the Code. Furthermore, we have a collective responsibility to ensure all Sotheby's employees do so as well. Please speak out whenever you have a question or concern. By doing so, we ensure the continued vibrancy and well-being of our great company.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Tad Smith'.

Tad Smith
President and
Chief Executive Officer

CONTENTS

6

OUR STANDARDS

Why do we have standards of business conduct?
To whom does the Code Apply?
Respecting Local Law and Customs
Discipline for Code Violation
Speak Up
Non-retaliation

18

OUR COMMITMENT TO OUR COMPANY AND SHAREHOLDERS

Avoid Conflicts of Interest
Gifts and Entertainment
Protection of Property, Data and Information
Books & Record Keeping
Securities/ Insider Trading

51

OUR COMMITMENT TO THE COMMUNITIES IN WHICH SOTHEBY'S OPERATES

Political Activity
The Environment
Charitable and Philanthropic Activities

4

OUR VALUES

15

OUR COMMITMENT TO EACH OTHER

Diversity and Equal Employment Opportunity
Freedom from Harassment and Anti-Bullying
Workplace Safety

36

OUR COMMITMENT TO LAWFUL BUSINESS PRACTICES AND A LAWFUL MARKET

Auction Conduct
Antitrust and Unfair Competition
Anti-Money Laundering and Terrorist Financing
Anti-Corruption, Anti-Bribery
Legal Movement and Sale of Property
Due Diligence

53

RESOURCES AND CONTACT INFORMATION



**OUR
VALUES**



OUR VALUES

ALL IN THE SERVICE
OF OUR COLLEAGUES,
CLIENTS AND
SHAREHOLDERS,
WE VALUE:

FIRE

Innovate

Work with passion to be
the best

Exceed expectations

Over-deliver for our brand
and our clients

INTEGRITY

Deserve trust

Have the highest
standards of conduct

COLLABORATION

Be a team player

Build strong relationships

EXCELLENCE

Celebrate success

Promote our superior
expertise and results



OUR STANDARDS

*Why do we have Standards of
Business Conduct?*

To Whom does the Code Apply?

*Respecting Local Law
and Customs*

Discipline for Code Violation

Speak Up

Non-retaliation



OUR STANDARDS

*Why do we have Standards of
Business Conduct?*

To Whom does the Code Apply?

*Respecting Local Law
and Customs*

Discipline for Code Violation

Speak Up

Non-retaliation

Why do we have standards of business conduct?

Sotheby's Code of Business Conduct is your guide to conducting our business with integrity and in keeping with our core values. Sotheby's is committed to operating with clear and firm ethical standards every day, at every auction, in every transaction, no matter where we are.

To whom does the Code apply?

The Code applies to:

- Sotheby's employees worldwide and members of the Board of Directors.
- Consultants and other third parties representing Sotheby's.



Employee Responsibilities

As Sotheby's employees, we all must follow the basic obligations under this Code and all other policies.

- Familiarize yourself with the Code of Business Conduct and learn the details of the internal rules, policies and procedures that apply to your specific areas of responsibility.
- Contact the Compliance & Business Integrity Department with any questions about the meaning or interpretation of an internal rule, policy or procedure.
- Report promptly to the Compliance & Business Integrity Department any concerns that you or your colleagues may have about actual or potential violations of any of Sotheby's rules, policies or procedures.
- Cooperate fully and honestly with any investigation into the actual or potential breach of any of Sotheby's internal rules, policies or procedures.
- Attend required training on Sotheby's internal rules, policies or procedures.



Management and Supervisory Responsibilities

Supervisors have a greater level of responsibility than other employees in implementing this Code, as well any company policy.

Directors, Officers and managers are required to:

- Serve as models of ethical behavior and lead by setting a positive example;
- Communicate the importance of the Code and ethical conduct and promote a business environment where employees feel comfortable coming forward with questions and concerns;
- Notify the Compliance & Business Integrity Department if you learn of conduct that violates the Code or applicable law;
- Make sure that employees who report to you are aware of, trained on and understand the Company's internal rules, policies and procedures;
- Consider each employee's compliance with Sotheby's internal rules, policies and procedures when evaluating and/or rewarding employees in terms of salary, bonus and promotions;
- Make sure that employees attend Compliance Training.



Respecting Local Law and Customs

Sotheby's policy is to obey local law wherever we operate. However, Sotheby's own Code of Business Conduct frequently obliges us to go beyond the legal minimum of a locality and to conduct our affairs according to a higher standard. In the conduct of our business, we endeavor to respect local customs, but we must not use local custom as an excuse for violating applicable laws or corporate policies.

Discipline for Code Violations

Every Sotheby's employee plays an important role in upholding our core values and the integrity and reputation of our company. Sotheby's regards violation of the law and of this Code as a serious matter. Every Sotheby's employee is accountable for his or her own behaviour, and misconduct will not be excused because the action was taken under the direction of or at the request of someone else. You should not ignore or condone illegal or unethical conduct of other colleagues. Discipline for Code violations will vary depending on the facts and circumstances of each situation, and can range from reprimand to termination of employment.

Speak Up

Our collective responsibility to act with integrity and adhere to the Code and all Sotheby's policies includes an obligation to exercise sound judgment in seeking help, reporting concerns and speaking up when observing unethical conduct or action that you suspect is inconsistent with the law, the Code or internal policy. Sotheby's encourages all employees to seek guidance regarding any ethical dilemma and to speak up about genuine concerns in relation to unethical and/or illegal business behavior. For example, such concerns might include financial fraud, irregularities in financial reporting, internal accounting controls, accounting and auditing practices, unethical business practices, illegal activities of any kind, danger to workplace health and safety or the environment and efforts to cover up any such activities in the workplace.

Be alert when you hear yourself or someone else say:

“Everybody else in the art world does it.”

“No one will find out.”

“It’s more expensive to do it that way.”

“I was told to do it.”

If you have doubt about what to do in a particular situation, ask yourself:

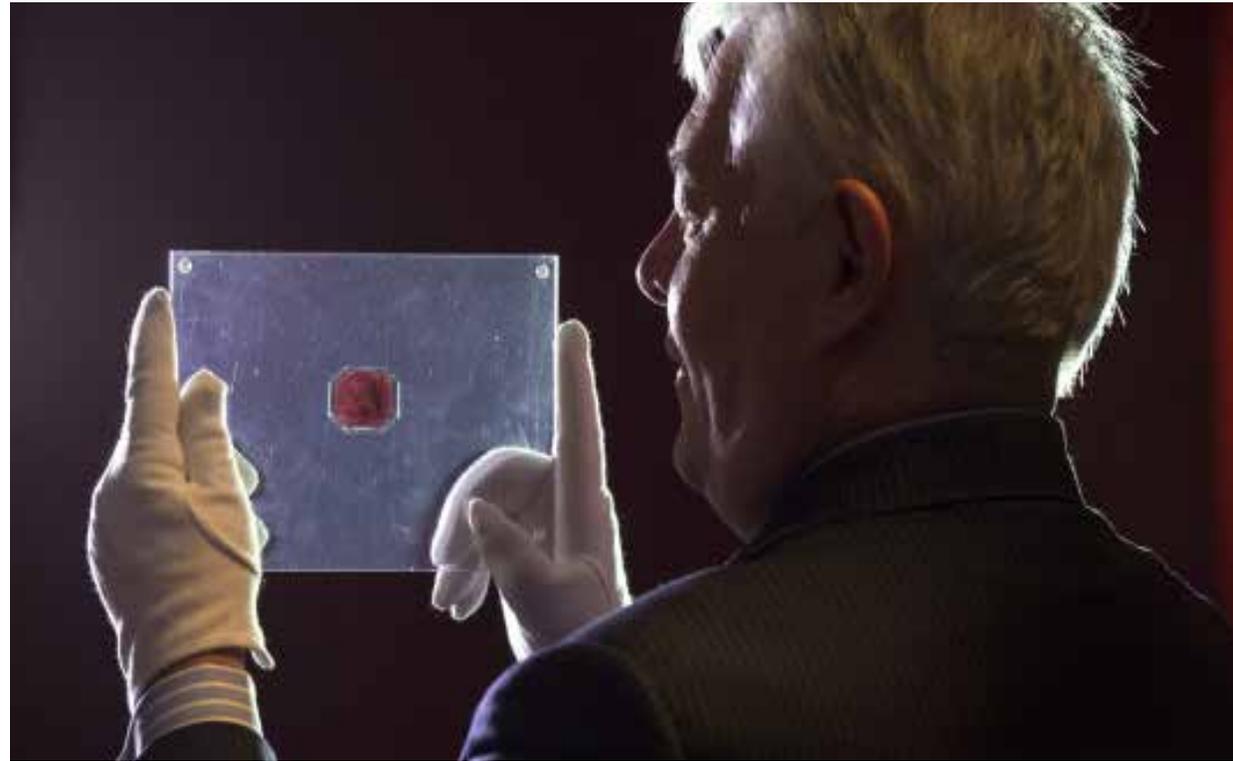
“Is it legal?” “Is it fair?”

“Would this action hold up under scrutiny by others?”

“What would this look like if reported on the ‘front page of a major news publication?’”

“Is it in violation of Sotheby’s Code or other Policy?”

If you have concerns or hesitation about your own answers to these questions, contact your supervisor or the Compliance & Business Integrity Department.



Keep in mind, no document can address every situation you may possibly face in your everyday work. We rely on you to use this Code as well as your good judgment to guide your behaviour and to ask questions if you are ever unsure of the proper course of action.

Q: TO WHOM DO I REPORT CONCERNS?

A: *It is a good idea to discuss concerns and questions with a supervisor in the first instance. However, if you feel uncomfortable doing so for any reason, other reporting routes are available to you, including to the Compliance & Business Integrity Department, the Legal Department, Human Resources, other members of management or the Sotheby's Hotline, available 24/7 by phone or online. Reports can be made anonymously to the Sotheby's Hotline where permitted by local law.*



Reporting Auditing Issues to the Audit Committee

All employees are encouraged to voice concerns about any of the Company's financial reporting, internal accounting control, accounting and auditing practices, without fear of retaliation, by raising such concerns directly with the Audit Committee of the Company's Board of Directors. You can contact Dennis Weibling, the Chairman of the Audit Committee, at dennisw@rallycapllc.com or by letter c/o Sotheby's.

Sotheby's Hotline

Sotheby's employees are encouraged to report any potentially illegal, unethical or questionable conduct to the Sotheby's Hotline by telephone or by using the online reporting form. The hotline is available 365 days a year and 24 hours a day and you are invited to report workplace issues and concerns, whether or not they relate to Sotheby's Compliance policies. Reports may be left anonymously either by telephone or online, if you wish to do so, where permitted by law.

You can reach the Hotline by calling:

From the US: +1 855 271 2821

From the UK: +0 800 032 8483

From FR: +0 800 902500

From HK: 800 964214

To access both the online reporting form and the full directory of toll-free numbers, you will find the Sotheby's Hotline Portal at:

sothebys.ethicspoint.com

Non-Retaliation

Sotheby's is committed to ensuring that all concerns are taken seriously and investigated or addressed promptly and fairly. Sotheby's does not tolerate retaliation against any employee who poses a question, voices a concern, makes a good faith report of potential misconduct or helps with an investigation.

What Does "No Retaliation" Mean?

"No retaliation" means that if you report in good faith what you believe or suspect to be possible misconduct, you will not be reprimanded, punished, or subjected to discipline, even if you turn out to be wrong. It also means that any staff member who harasses or punishes you because you reported a good faith concern will be subject to discipline, including termination of employment.



What Is Good Faith?

If you report or raise concerns with sincerity of intention, honestly and truthfully and provide all information that you have and believe to be true, it is in "good faith". Making false reports knowingly, or raising claims that you do not believe or suspect to be true, is not good faith.



**OUR
COMMITMENT
TO EACH
OTHER**

*Diversity and Equal
Employment Opportunity
Freedom from Harassment
and Anti-Bullying
Workplace Safety*

Diversity and Equal Employment Opportunity

Sotheby's is committed to a work environment where everyone is afforded the dignity and respect that they deserve. We don't tolerate any form of harassment or discrimination on the basis of race, religion, color, sex, sexual orientation, gender identification, national origin, age, marital status, covered veteran status, disability, pregnancy or any other basis prohibited by applicable law. We also comply with all applicable national and local laws pertaining to non-discrimination and equal opportunity, as this policy sets forth Sotheby's global minimum standards. If you see or suspect any violation, or feel you, yourself, are a victim of harassment or discrimination, promptly report it.



Freedom from Harassment and Anti Bullying

We have a responsibility to ensure that our offices and workplaces are free from harassment. “Harassment” includes offensive behavior that interferes with another person’s work environment, or has the intent or effect of creating an offensive, intimidating or hostile work environment. Harassment can be physical or verbal, it can be done face to face or remotely (such as notes, email, phone calls, texts) and it can be sexual in nature or otherwise inappropriate. Similarly, slurs, inappropriate jokes and disparaging remarks concerning subjects such as gender, race, religion and ethnicity can also potentially be offensive. If you feel that you or someone else has experienced harassment, report it immediately.

Workplace Safety

Violent acts or threats of violence made by any employee against another person’s life, health, wellbeing, family or property will not be tolerated. If you believe that you have been a target of violence or threat of violence, or have witnessed or otherwise learned of violent conduct by another employee, report it immediately.





OUR COMMITMENT TO OUR COMPANY AND SHAREHOLDERS

*Avoid Conflicts of Interest
Gifts and Entertainment
Protection of Property, Data
and Information
Books & Record Keeping
Securities/ Insider Trading*

Avoid Conflicts of Interest: Even the Appearance of Impropriety Can Damage Reputation

Sotheby's employees are expected to act in the best interests of our Company and to exercise sound judgment when working on Sotheby's business. A conflict of interest occurs when your personal interests interfere or conflict in any way with the company's best interests. A conflict can arise when an employee takes actions or has interests that may make it difficult to perform objectively and effectively his/her duties at Sotheby's. Business decisions must be made in the best interest of Sotheby's and our clients, not motivated by your personal interest or gain.

Conflicts of interest also arise when an employee, or a member of his/her family, receives improper personal benefits as a result of his/her position at Sotheby's. Sotheby's employees may not accept personal business opportunities, fees, commissions or other advantageous financial arrangements from a client, competitor, vendor or business partner. If you have any questions about whether an opportunity is permissible, you should contact the Compliance & Business Integrity Department.



Refer to the [*Conflicts of Interest Policy*](#) or contact the Compliance & Business Integrity Department for guidance. 

You must avoid conflicts of interest, both real and perceived. You must recognize that even the appearance of impropriety can be damaging to our reputation. With proper, timely disclosure, many of the potential or apparent conflicts that arise can be effectively managed and controlled without any negative consequences or impact on the reputation and integrity of Sotheby's or the individuals involved. The key is to recognize and disclose potential conflicts immediately to the Compliance & Business Integrity Department.

While the facts and circumstances of each potential conflict of interest will be considered on a case by case basis, here are a few examples of potential conflicts:

- You or your immediate family members have a personal affiliation with a client, a client's agent or competitor;
- Engaging in private art dealing or participating in a competing or complementary business enterprise while an employee of Sotheby's;
- Accepting compensation, in any form (including cash) from a third party for services performed in the normal course of fulfilling your responsibilities to Sotheby's;



- Acquiring personal financial interest in a work or venture or opportunity that you believe Sotheby's might be interested in pursuing or developing;
- Any other obligation that would affect your judgment, distract your attention, consume a significant amount of your time or generally restrict your ability to act solely in the best interest of Sotheby's.

Q: YOU HAVE BEEN INVITED BECAUSE OF YOUR RECOGNIZED EXPERTISE IN THE ART WORLD TO SERVE ON THE BOARD OF TRUSTEES OF THE MOST PROMINENT MUSEUM IN YOUR COMMUNITY, A MUSEUM WHICH ALSO ACTIVELY ACQUIRES AND SELLS WORKS THROUGH SOTHEBY'S. MAY YOU ACCEPT THE POSITION?

A: *Probably. But, first you must disclose the invitation to your manager and the Compliance & Business Integrity department so that all conflicts and potential conflicts may be considered and evaluated, and appropriate controls and procedures put in place to eliminate any conflicts.*

Refer to ***Sotheby's Worldwide Policy regarding Employees' Art-related Activities outside of Sotheby's*** 🖱



Avoid Conflicts of Interest: Business Opportunities

Employee Buying and Selling

The purchase or sale of property by a Sotheby's employee, or his/her family member, may create an actual or potential conflict of interest, or the appearance of such a conflict, between either Sotheby's and the employee or Sotheby's and a client of Sotheby's.

No purchase or sale, or proposed purchase, by an employee, or his/her immediate family member, may directly or indirectly deprive Sotheby's of an opportunity to acquire an item on consignment for auction or for private sale. If an employee has any question as to the existence of corporate opportunity or conflict, the question must be raised with the employee's supervisor or Compliance & Business Integrity.

Refer to ***Sotheby's Worldwide Policy Regarding Employee Buying and Selling***  for additional requirements and guidance.



Definition: "Immediate family members" include an employee's spouse or partner, children, parents and any other family member who lives in the employee's household.

Giving or Accepting Gifts and Entertainment

It's important to avoid even the appearance of making business decisions based on inappropriate or unethical influences. To prevent this situation, we have rules concerning giving, soliciting or receiving gifts and entertainment from anyone doing business with (or wishing to do business with) Sotheby's. Gift examples include cash, gift cards, samples, discounts, event tickets, personal favors, recreation and transportation. Entertainment could include tickets to sporting events, concerts, golf and other events you attend or participate in with the outside individual. Sotheby's requires you to report the receipt of any type of gift with a value of more than \$100/€100/£60, to the Compliance & Business Integrity Department and your supervisor, so that it can be recorded and evaluated to see if appropriate.

See *Sotheby's Worldwide
Policy Regarding Gifts* 
for further guidance.



Gifts made to clients, business contacts and service providers must be made strictly in accordance with Corporate Governance and our T&E policy. All approvals must be obtained in advance and all gifts must be properly recorded. Before you give a gift, you must consider the questions set forth in the checklist in Sotheby's Worldwide Policy Regarding Gifts. Special issues arise when the giver or receiver of a gift is an agent for the ultimate client or is a government official or otherwise connected with the government of any country. For specific guidance on gifts to governmental officials, please see the Sotheby's Worldwide Policy on Anti-Corruption.

Prior approval from the Compliance & Business Integrity Department is required for any gift made to or entertainment of a governmental official.



Protection of Property, Data and Information

All Sotheby's employees are expected to protect both the tangible and intangible property, assets, data and information of the company, each other and our clients.

Protection of Tangible Property

We must protect, to the best of our ability and at all times, the art and other property consigned to us for sale or otherwise under our custody, control and stewardship. Protecting physical property also includes safeguarding Sotheby's property, such as funds, facilities, equipment and communications systems.



Confidentiality – Intangible and Intellectual Property

In addition to the extraordinary and exceptional objects we deal with every day, Sotheby's also handles intellectual or intangible property, which is among some of our most valuable assets and must also be protected. All Sotheby's employees have an obligation to use good judgment and keep confidential all non-public and confidential information belonging to, in the possession of, or about Sotheby's, our employees, our clients, and our business partners.

Most of the information you come into contact with at Sotheby's is non-public and confidential, including but not limited to:

- Information concerning our clients and their collections
 - Contracts
 - Client and property lists
 - Strategic business and marketing ideas or plans
 - Market data and business intelligence reports
 - Valuations and proposals
- Non-public financial and sales information
 - Financial, pricing and other terms offered to particular clients
 - Employee information
 - Company policies, procedures or guidance



Remember that any work product you create, develop or work on within the scope of your position at Sotheby's is owned by Sotheby's and must be protected. Sotheby's or client information should not be used for personal gain. These obligations of confidentiality continue even after you have left the Company.

Confidential Information – How to Handle It

Sotheby's confidential information should be used only for company purposes and should not be disclosed to anyone outside of Sotheby's. Even within the company, only those individuals who truly need to know the information to conduct their business should have access to confidential information. If you leave Sotheby's, you must return all company materials and property, as well as any copies.

Confidential materials should be stored in a secure place and not left out where others can see them, and should not be discussed where others may hear.

Just as we take care to protect our information, Sotheby's respects the information of others. Some basic rules to follow include:

- Do not bring any material from prior employers to Sotheby's;
- Do not accept or use anyone else's confidential information (or agree to maintain anyone's information in confidence);
- Do not solicit confidential information from another company's present or former employees or suppliers.



Q: A FRIEND REPEATEDLY ASKS ME WHAT IS GOING ON BEHIND THE SCENES AT SOTHEBY'S. WHAT CAN I TELL HIM?

A: *You can refer your friend to Sotheby's comprehensive website for information about upcoming auctions, exhibitions and other public events, but you must never share confidential, non-public information of any kind, whether financial or sale related.*



How to Handle Information Requests

Members of staff should never provide any non-public Sotheby's information, including any information regarding the company's financial results, to external parties—including in response to questions from the media, analysts, investors or any other members of the public.

Any requests for corporate or other investment information should be directed to the Finance or Legal Departments, as they have the responsibility for approving all information shared with the investment community. Media inquiries should be directed to the Worldwide Public Relations Department. Subpoenas or other information requests received from a lawyer or a regulatory or other governmental agency should be directed to the Compliance & Business Integrity or Legal Department.

See the [*Policy Regarding Regulation FD and Communications with Security holders, Analysts and Others*](#)  for more guidance.



Data Protection

In the normal course of Sotheby's business, you may be required to handle personal and other private information regarding clients, employees or other individuals working with Sotheby's. The use of such information is legally restricted in many of the countries in which we operate. In many circumstances clients and employees also have a legitimate right or expectation of privacy and confidentiality. It is Sotheby's policy to treat all personal and private information regarding clients, employees and other individuals working with Sotheby's confidentially and use it for business reasons only.

Protection Against Data Loss and Theft

In addition to taking precautions with documents and verbal communications, special care must also be applied to digital and electronic communications taking place over the internet and voicemail. When using Sotheby's technology, or your own technological devices for Sotheby's business, you must follow appropriate password requirements and always adhere to our rules and procedures around confidentiality and cybersecurity, including rules prohibiting unauthorized downloading of applications or email attachments, and procedures for using mobile devices for Sotheby's business. Sotheby's has detailed policies setting forth our information security practices. You should familiarize yourself with all of the relevant policies which are available through the IT Department and Compliance & Business Integrity Department sites.

You have an obligation to report any breach of security or suspected loss of data immediately so that all necessary and appropriate steps can be taken.

Q: A COLLEAGUE AND I ARE TRAVELLING TOGETHER TO MEET A POTENTIAL CLIENT AND DISCUSS HER ART COLLECTION. IS THERE ANY PROBLEM IF WE PLAN ON DOING OUR FINAL PREPARATION MEETING AT A CAFÉ NEAR THE CLIENT LOCATION?

A: *You must be alert when talking about confidential Sotheby's work when in public places, such as elevators, airplanes or restaurants. Conducting a meeting in a public café without adequate privacy, concerning highly private information about a client's art collection, would put confidential information at risk of being disclosed improperly. Members of staff have an obligation to protect Sotheby's nonpublic information at all times, including outside the workplace and working hours, even after employment ends.*

Social Media

At Sotheby's, we encourage our employees to:

- Participate responsibly on Social Media channels;
- Join communities that you are passionate about;
- Learn and grow and make connections with other experts;
- Demonstrate your knowledge, and when relevant, talk about the Sotheby's news, events and initiatives that you care deeply about.

Be responsible in your use of social media and use online tools in a way that is consistent with all of Sotheby's policies. When speaking about Sotheby's, you should be professional, truthful and accurate. Regardless of whether you access the Internet via our systems or yours, be sure to respect your obligation to protect all confidential information about our clients, the Company and our employees. Whenever you use your personal social media presence to talk about Sotheby's services and art market topics, you must disclose your relationship with the Company and indicate that the views posted are your own.



Q: MY SUPERVISOR HAS INVITED ME TO JOIN THE TEAM TRAVELLING ABROAD FOR A VERY IMPORTANT VISIT TO A CLIENT'S PERSONAL HOME TO INSPECT AND BEGIN VALUATION OF A CLIENT'S EXTENSIVE COLLECTION OF PAINTINGS. THIS IS MY FIRST TIME TRAVELLING TO THIS PARTICULAR COUNTRY AND I AM THRILLED TO BE PART OF THE TEAM, AS THE MARKET COMPETITION TO "WIN" THIS PARTICULAR COLLECTION HAS BEEN FIERCE. I KNOW I CANNOT POST THE NAME OF THE CLIENT OR SAY WHY I AM GOING ON THIS TRIP, BUT IS THERE ANY PROBLEM IF I SHARE MY TRAVEL PLANS AND POST PICTURES FROM MY TRIP ON FACEBOOK?

A: *Yes, this may raise some significant problems. You need to be mindful in your use of social media not to reveal information that directly, or indirectly, conveys confidential Sotheby's information. Depending on the circumstances, sharing your work-related travel destinations, which colleagues are with you on a trip, or even the timing of your travel could be enough to reveal commercially sensitive and confidential information to competitors or to the public.*



Books and Record Keeping

We must always report accurate, complete and understandable information about Sotheby's business, earnings, sales results, budgets, reports, financial statements and financial condition. We must never make any false or artificial entries in our books and records. We must never conceal information from our Finance Department or internal or independent auditors. If you are pressured or asked to prepare, alter, conceal or destroy documents in violation of Company policy, you must report your concerns immediately to the Compliance & Business Integrity Department or to the Comptroller.

All of Sotheby's business records must be complete, accurate and reliable. All reports and filings with governmental agencies must also be complete, accurate, understandable and timely. We must ensure that the information and data we provide for preparation of financial statements, regulatory reports and filings with governmental agencies, including the Securities and Exchange Commission, and other publicly filed documents, comply with applicable accounting principles, laws, rules and regulations and with our internal control procedures.



Securities/Insider Trading

US federal securities laws prohibit any person from tipping or acting upon a tip that involves material, non-public information about a company. Buying or selling securities of a company while you have “inside information” is a criminal offense in many countries and is prohibited by Sotheby’s Code and Policy. Employees and members of the Sotheby’s Board of Directors are not permitted to trade in Sotheby’s securities **at any time** when in possession of material non-public information. Passing along a “tip” is also a form of insider trading and strictly prohibited. It is your *individual responsibility* not to engage in trading at any time when in possession of material non-public information. If you have any doubt or question as to whether or not you are in possession of material non-public information, you should consult with the Worldwide General Counsel or, in his or her absence, the Worldwide Director of Compliance. During that consultation, you will be responsible for disclosing completely all information that you have that might be considered to be material non-public information.



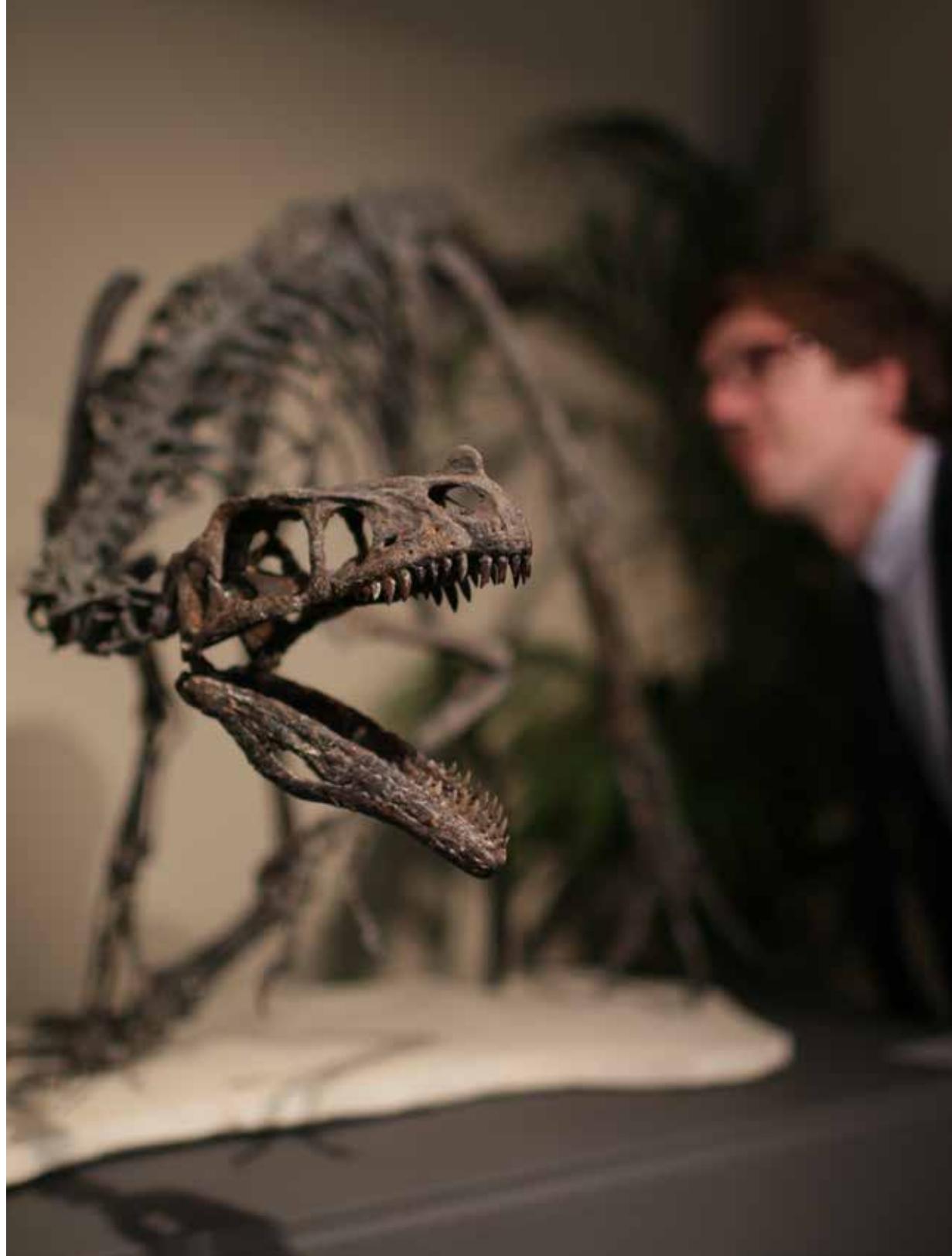
Refer to ***Sotheby’s Policy on Trading in Sotheby’s Securities***  for guidance.

Q: WHAT IS “INSIDE INFORMATION?”

A: *Inside information is material, non-public information about a company that is not known to the general public and that could influence an investor’s decision related to buying, selling or holding that company’s securities.*

Insider trading: what you should know

It is legal for corporate “insiders”, such as members of the Board of Directors and Sotheby’s employees – to buy and sell stock in Sotheby’s. However, this type of trading becomes illegal if the person is in possession of material, non-public information about Sotheby’s or a third party with which Sotheby’s does business. Insiders may not buy or sell stock of either entity until after that information is made public.





**OUR
COMMITMENT
TO LAWFUL
BUSINESS
PRACTICES
AND A LAWFUL
MARKET**

Auction Conduct

*Antitrust and Unfair
Competition*

*Anti-Money Laundering and
Terrorist Financing*

Anti-Corruption, Anti-Bribery

*Legal Movement and Sale of
Property*

Due Diligence

Auction Conduct - Live Auction Rules

Sotheby's is committed to conducting its auctions in an honest, fair, ethical and transparent manner. It is Sotheby's policy to conduct its auctions with the same high standards and in the same professional manner worldwide. All Sotheby's auctions and private sales are governed by a specific set of rules based both on regional/global law and internal policies covering issues including: the responsibility of auctioneers, bid clerks and client representatives, confidentiality, bidding, reserves, identification and other information relevant to the conduct of an auction. Sotheby's auctioneers must have the necessary licensing from local jurisdictions, must understand and comply with local auctioneering laws and regulations and must understand and comply with Sotheby's worldwide policy on live auctions.

Refer to
[*Sotheby's Auction Rules*](#) 
for further guidance.



Antitrust and Unfair Competition

Antitrust laws (also referred to as “competition,” “monopoly” or “cartel” laws) govern how we deal with competitors in the auction and private sale market, clients and others with whom we do business. While the laws vary by location, their common goal is to promote a free, open and competitive marketplace.

Sotheby's is committed to strict compliance with all applicable antitrust, competition and trade laws, as well as compliance with the Code and Sotheby's Worldwide Antitrust Policy, which may be stricter than the laws of certain countries where we do business. Everyone, including members of the Board of Directors, is expected to be familiar with and comply with Sotheby's Antitrust Policy and the related laws in the countries where we have operations.



Contacts and Relationships with Competitors

We must avoid even the appearance of agreeing with a competitor to limit how we compete with one another. We should never enter agreements or communicate with competitors regarding our commission structure or other prices we will charge sellers, buyers or other clients for any service. It is also important that we comply with all applicable antitrust and competition laws when interacting with other auctioneers, art dealers, buyers, sellers, clients and other business partners that may also compete with us. We should never enter into agreements, or even discuss, the following with competitors:

- Agreeing on the commission structures or prices we will charge buyers and/or sellers or other clients, or pricing or commission policy or plans
- Agreeing to divide clients, collections, markets, or geographic areas or markets
- Boycotting certain clients, dealers, vendors or competitors
- Any other nonpublic, proprietary or competitively sensitive information



Even where there is no formal written agreement, the mere exchange of information can create the appearance of a common understanding among competitors creating potential antitrust and fair competition risk. Accordingly, be cautious in all communications with competitors, such as when interacting with

competitors at auctions, events, art fairs, conferences and other external events. If a competitor attempts to discuss any of the above topics with you, stop the conversation and immediately report the incident to the Legal or Compliance & Business Integrity Department.

Competitor Information

There may be times when we need to know what our competitors are doing in order to effectively compete. We may gather publicly available information about our competitors. However, we may not gather confidential nonpublic information from or about our competitors (such as pricing, client lists, property or strategic plans) using deception, theft or other illegal or unethical means. In addition, we may not request non-public information from new hires about their former employers or attempt to influence another person to breach an agreement of confidentiality with a competitor (including employees or clients of competitors).

If you need guidance regarding any aspect of competition laws, please reference Sotheby's [Antitrust Policy](#). 



Anti-Money Laundering and Terrorist Financing

Sotheby's is committed to the fight against money laundering and terrorist financing, which continues to be the focus of considerable attention by governments, international organizations and law enforcement agencies around the world. Money laundering is the process by which funds generated through criminal activity (such as fraud, drug dealing, terrorism) are moved through financial or commercial transactions to further the crime or to conceal the illegal source of proceeds. The anti-money laundering and terrorist financing laws in most countries in which Sotheby's operates make it a crime to accept or process the proceeds of criminal activity or funds intended to support terrorist activity, whether in the form of money, art, antiques or jewelry. Sotheby's is committed to strict compliance with all applicable laws regarding anti-money laundering and combating terrorist financing. We must be vigilant in the fight against money laundering and must not permit Sotheby's to be used for money laundering activities. Accordingly, Sotheby's has adopted a ***Worldwide Anti-Money Laundering and Combating Terrorist Financing Policy ("AML/CTF Policy")***  to aid us in meeting these responsibilities.



We must exercise good judgment when dealing with unusual transactions or unknown persons or entities. We should take reasonable steps to see that we are transacting with persons who will not use the Sotheby's brand, or our services, to engage in or to hide illegal activities. Alert the Compliance & Business Integrity Department or Legal Department to any situation that seems inappropriate or suspicious or if you have any concerns about a transaction or customer. In addition, if you are approached by a government agency concerning a money laundering or terrorist financing investigation, contact the Legal Department or Compliance & Business Integrity Department immediately.

Identity Theft Protection

We must be alert to patterns, practices or specific activities that indicate the possible existence of identity theft and take appropriate steps to prevent and respond to suspected incidents. An identity thief uses people's personally identifying information to represent him or herself as that person for fraudulent purposes. Our client identification procedures are set out in our ***AML/CTF Policy***.



Refer to the ***AML Policy and Anti Money-Laundering Warning Signs***  for further guidance.

Anti-Corruption and Anti-Bribery

Sotheby's is a global, international organization, and every day our regular business activities involve interactions with numerous external parties, including our clients, dealers, competitors, appraisers, experts, curators, shippers and government officials. In all of our dealings, we must operate in strict compliance with the anti-corruption laws and policies applicable to us around the world. Governments around the world are taking steps to combat bribery, especially with government officials, and many of the countries in which we do business have specific stringent laws against it, including but not limited to the U.S. Foreign Corrupt Practices Act, the U.K. Bribery Act and the Prevention of Bribery Ordinance of Hong Kong. Although the laws differ from jurisdiction to jurisdiction, they share the same core principles. We may not offer or accept any improper payments, gratuities or gifts that are given (or may appear to be given) with the intent to improperly influence someone to obtain or retain business or secure services.

Refer to *Worldwide Identity Theft Protection Policy*  for further guidance.



What is a “government official” ?

This term is interpreted very broadly and includes any employee, department, agency or instrumentality of government; any public international organization, any state-owned or controlled enterprise; or any political party or candidate for public office. For example, legislators, judges, persons holding other public posts, members of a royal family or sovereign wealth fund and employees of state-owned enterprises such as national museums, banks, utilities, or other enterprises are considered government officials under the anti-bribery laws of most of the nations where Sotheby's operates and under our policy.



Sotheby's does not condone bribery, regardless of where we are located, even if permitted by local custom, practice or law. This means we may not engage in any form of bribery, including offering, soliciting or accepting anything of value, directly or indirectly, that is given with the intent to obtain or retain business or secure services. There is no exception for small amounts. It

is important to remember that engaging in bribery, or even appearing to engage in such activity, can expose at-fault individuals and our Company to criminal liability.

You must also maintain accurate books and records and must not hide or obscure or disguise the nature or purpose of a payment or source of funds.

Improper Payments – Government Officials and Others

We must be especially cautious to avoid bribery when dealing with government officials, including officials of international organizations and political parties, as well as employees of state-owned companies. This can even include employees of companies and joint venture partners that have been nationalized or have significant government ownership stakes. We may not offer or promise anything of value to influence the actions or decisions of, or to obtain any improper advantage with, government employees or the government bodies they may influence. For this reason, prior approval is required before offering or giving anything of value, even minimal, to a government official or a person in a position to influence a government official. If you have any questions about payments to government employees, contact the Compliance & Business Integrity Department.

See also [*Sotheby's Worldwide Policy Regarding Gifts*](#)  for further guidance and approval requirements related to this type of business activity.



Q: AN INTERIOR DESIGNER INTRODUCED A NEW CLIENT TO SOTHEBY'S, AND THE INTRODUCTION CULMINATED IN AN AGREEMENT BY THE CLIENT TO HAVE SOTHEBY'S HANDLE THE SALE OF SEVERAL IMPORTANT OBJECTS FOR THE CLIENT IN OUR NEXT AUCTION SEASON. ARE WE ABLE TO PAY AN "INTRODUCTORY COMMISSION" TO THE INTERIOR DESIGNER FOR MAKING THIS INTRODUCTION?

A: *Sotheby's may agree, on a case-by-case basis, to pay an Introductory Commission to a person or entity not affiliated with Sotheby's (a "Finder") who introduces new property or a new client to Sotheby's. However, it must be done in a written contract approved by the Legal Department, Sotheby's must disclose the payment of this commission directly to the seller, the payment must be accurately recorded in Sotheby's records, and all other rules and procedures as set forth in Sotheby's Worldwide Introductory Commission Policy must be followed. Any questions, or requests to depart from the written policy must be raised with Compliance & Business Integrity or the Legal Department.*



Q: I HAVE BEEN INVITED TO A LOCAL EVENT SPONSORED BY THE MINISTRY OF ARTS AND CULTURE AND THE STATE-OWNED NATIONAL MUSEUM. THESE ARE VERY IMPORTANT AND VALUED RELATIONSHIPS TO OUR BUSINESS. IT IS THE LOCAL CUSTOM TO BRING A GIFT TO THE EVENT FOR THE HOSTS. CAN I DO THIS AND EXPENSE THE GIFT? WHAT IF I PAY FOR THE GIFT PERSONALLY?

A: *Approval is required before offering or giving anything of value, even a gift, to a government official or a person who is in a position to influence a government official. A gift, even if of modest value, and regardless of who pays for it, may not be given without appropriate prior approval. Any proposed gift should be appropriate and reasonable under the circumstances and must be without any expectation of being given anything in favor in return.*



Expediting Payments

Expediting payments (also known as “facilitating” or “grease” payments) are payments made to speed up or secure the performance of a routine government action, such as customs clearance or visa processing. Many countries around the world treat these payments as illegal bribes. We are prohibited from making any expediting payments to government employees, no matter where we are doing business. This is true regardless of local customs in the locations where we do business.

Please refer to *Sotheby's
Anti-Corruption Policy*  for more information.



Legal Movement and Sale of Property

We comply with all applicable laws, regulations and restrictions in the import or export of art, cultural objects, property, services, information or technology, wherever we operate in the world. The movement of property is strictly regulated in many countries around the world, which may impact Sotheby's ability to obtain works for sale. It is Sotheby's policy to abide by export laws of the country from which the work will be shipped and import laws of the country in which the work will be received and put up for auction or sale, even where not legally mandated. In addition, Sotheby's must ensure compliance with all other laws affecting the movement of goods – including (but not limited to) rules governing the movement of protected plant and wildlife materials, the movement of cultural heritage and other culturally sensitive materials, and the movement of items to, from, or originating in countries subject to trade embargoes or sanctions. If you are involved in the movement of property across international borders, make sure you know and comply with:



- All applicable export control requirements including licensing requirements for art and cultural property;
- Any US restrictions on doing business with certain foreign countries, including economic sanctions and prohibitions;
- The trade laws and regulations associated with the countries in which you do business.

Due Diligence

Before offering property for sale, we must be satisfied that we have conducted the level of due diligence required to be satisfied that the property we are handling is authentic and that there are no known legal obstacles to selling and passing title. Sotheby's adheres to the relevant domestic and international laws that govern the markets for archaeological and ancient property, and in many respects, Sotheby's standards go beyond the legal requirements. If you are not certain as to the laws of a particular jurisdiction, or the application to a specific item, please consult the Compliance & Business Integrity Department.





**OUR
COMMITMENT
WITH THE
COMMUNITIES
IN WHICH
SOTHEBY'S
OPERATES**

*Political Activity
The Environment
Charitable and
Philanthropic Activities*

Political Activity

We encourage employees and Directors to become involved with issues that are important to our business and community. However, your personal political activities must be done on your own time and with your own resources. Out of respect for others, you must not promote any personal political views or beliefs (including by posting or distributing notices or other materials) on Sotheby's premises. You also should not suggest that you speak for the company or that Sotheby's supports your personal views. You are not permitted to make direct financial contributions to any political candidate on behalf of Sotheby's. Many countries regulate political activity, including the U.S where there are strict guidelines and prohibitions against employees participating in political activity in the name of and on behalf of Sotheby's. For that reason, all political activity on behalf of the company in any location must be initiated or approved in advance by the Compliance & Business Integrity Department.

Charitable and Philanthropic Activities

Sotheby's supports various charities in the communities where we live and



work through monetary donations, as well as providing event planning and auctioneering services. Sotheby's encourages and supports employees to volunteer and give back to their communities, however, all donations on behalf of Sotheby's must be made with prior approval and in accordance with Corporate Governance rules.

The Environment

Sotheby's recognizes the importance of our responsibilities towards the environment. We strive to identify and understand the environmental aspects of our operations and adopt processes and procedures that encourage the conservation of resources and energy.

RESOURCES AND CONTACT INFORMATION

Compliance & Business

Integrity

Jane A. Levine

Worldwide Director of Compliance

& Business Integrity

+1 212 894 1512

jane.levine@sothebys.com

Office of the General Counsel

Jonathan Olsoff

Worldwide General Counsel

+1 212 606 7432

jonathan.olsoff@sothebys.com

Human Resources

Lisa Nadler

Worldwide Head of Human Resources

+1 212 606 7448

lisa.nadler@sothebys.com

Board of Directors

Dennis Weibling

Chairman of the Audit Committee

c/o Sotheby's

dennisw@rallycapllc.com

**ANEXO V - CHRISTIE'S GUIDELINES IN DEALING WITH NAZI-ERA ART
RESTITUTION ISSUES**

Christie's Guidelines for Dealing with Nazi-era Art Restitution Issues

June 2009

Christie's is committed to promoting clear and transparent procedures for dealing with provenance issues and ownership claims from the Nazi-era (1933-45), including taking reasonable and appropriate steps to prevent stolen objects from circulating in the art market and, in particular, resolving Nazi-era provenance issues before offering objects for sale.

Consignments

When a potential Nazi-era issue is identified in the provenance of an object consigned to Christie's for sale, we will:

1. Work with the consignor to establish provenance, requesting as much information and documentation as he or she has available and conducting our own provenance research when necessary.
2. Endeavor to provide as complete and transparent a provenance as reasonably available for this era in our catalogues and other promotional material.
3. If Christie's determines a consigned object has a problematic provenance or ownership issue and the potential claimant (or his or her representative) is known to us, without disclosing the consignor's identity we will: (a) promptly contact the potential claimant whenever possible, providing the information and documentation we have, and (b) inquire whether the potential claimant plans to pursue a claim.
4. If the potential claimant indicates that he or she does intend to pursue a claim to a consigned object or we are otherwise alerted to a potential claim, we will respectfully request of the claimant that the claim be made promptly and include as much information and documentation as available concerning the object's spoliation. There is no particular format for presenting claims but a claimant must, at a minimum, set out the basis for the claim. Claim handling is detailed below.
5. If the potential claimant is not known to Christie's and reasonable attempts to identify him or her are unsuccessful, we will: (a) consider alternatives with the consignor, for example, donating the object to an appropriate museum or institution where it can be displayed and its provenance publicized so that future claimants may be able to locate it; or (b) if that is not viable, consider offering the object for sale publicly with sufficient publicity to record its (intended or actual) sale and allow potential claimants to come forward. Christie's intends to publicly maintain a list of such objects.

Claims of Ownership to Consigned Objects based on Nazi-era confiscation and forced sale, including sales under duress

Christie's is committed to addressing claims of ownership based on Nazi-era confiscation and forced sales concerning objects consigned to Christie's openly, seriously, responsively, and with

respect for the dignity of all involved. Each claim will be considered on its own merits. When notified of a claim to a consigned object, we will:

1. Request from the claimant all available information and documentation in his or her possession regarding the property.
2. At the same time, inform the consignor of the (impending or actual) third party claim.
3. Consider whether claimant has timely presented sufficient information and documentation concerning the basis for the claim to justify withdrawing the object from the auction, pending resolution of the claim. Advertised lots will not normally be withdrawn from sale within the 72 hours before an auction in response to last-minute or unsupported claims, or to 'questions or inquiries' not accompanied by claimant's information providing the basis for the claim.
4. Claims made within 72 hours shall be investigated and, if possible, resolved following the sale if a claim is then presented with supporting information and documentation. To do this, Christie's will consider canceling the sale or holding the proceeds pending resolution of the claim between claimant and consignor.
5. Share with the consignor promptly the information and documentation provided by the claimant and our own research when undertaken.
6. Encourage and facilitate a dialogue between claimant and consignor and offer our assistance in seeking an amicable, just and fair resolution such as by: (a) a division of the sale proceeds; (b) a joint agreement to offer the object for sale and hold the sale proceeds pending resolution; and (c) some other means of resolution agreed by claimant and consignor. Christie's intends to list those objects for which claims have been resolved on our website.
7. Withdraw the object from sale when a supported claim has been made but the claimant and the consignor do not reach an agreement prior to the scheduled sale. Christie's will retain the object until the dispute is resolved or litigation commenced, but no longer than six months.
8. Consider alternate means of determining ownership or dispute resolution. If the consignor and claimant are unable to resolve the claim within six months, Christie's reserves the right to initiate proceedings in a court of competent jurisdiction to determine ownership or, with the agreement of all parties, submit the claim to an appropriate alternative forum for resolution.
9. Handle claims for objects previously sold as outlined above, by requesting a supported claim from the claimant and providing the claimant with whatever provenance information and documentation we may have. Where appropriate, Christie's will again try to act as intermediary in seeking a settlement or resolution among all parties.