

broadcast*

BROAD REPORT FINANÇAS CRIPTO: COM 'EMPURRÃO' DE FAMOSOS, NFTS SE POPULARIZAM E VALEM MILHÕES



Chloe se tornou meme após fazer uma 'cara' para uma foto divulgada na internet. Hoje, a americana vende NFT com a imagem / Foto: Chloe Clem/Arquivo Pessoal

São Paulo, 24/03/2022 - O jogador de futebol Neymar Jr. publicou o desenho de um macaco - de feição entediada, vestindo uma camiseta colorida e com raios vermelhos saindo dos olhos - em seu perfil no Instagram, no dia 21 de janeiro. Dois dias depois, o atleta postou uma foto na qual os rostos de seus colegas do Paris Saint Germain haviam sido substituídos pelo daquele macaco e mais outro. Logo não se falava em outra coisa na internet: tratavam-se de NFTs da coleção Bored Ape Yacht Club, pelos quais Neymar pagou aproximadamente R\$ 6 milhões.

NFT é a sigla em inglês para token não-fungível, um arquivo único - por isso "não-fungível", não-intercambiável - e que carrega um certificado de autenticidade pela tecnologia do *blockchain*. Disponíveis em *marketplaces* de criptoativos, os NFTs não se restringem a imagens, fotografias e obras de arte. Já foram lançados em formato de músicas, jogos, memes e até itens colecionáveis.

Como esse ativo vale tanto, nos moldes os milhões pagos por Neymar? A escassez é o primeiro ponto, mas não explica sozinha a geração de valor, afirma Carlos Heitor Campani, professor de Finanças do Coppead/UFRJ. Ele faz um paralelo entre NFTs e obras de arte. "Por que obras de arte valem tanto? Por exemplo, o quadro da Mona Lisa é belo, mas a maioria das pessoas não pagaria o que ele vale. O quadro é escasso, é único, e foi pintado por Leonardo da Vinci, um artista famoso e renomado, mas isso ainda não explica o valor. O que explica é que existem pouquíssimas pessoas no mundo que, porque gostam, acham belo ou acreditam que vão se diferenciar por ter a obra, pagariam esses milhões", diz Campani.

Essas "pouquíssimas pessoas" podem até representar um grupo seletivo, mas midiático. Afinal, Neymar não foi a única pessoa no mundo dos famosos que trouxe popularidade para o criptoativo. A tenista Serena Williams e a atriz Gwyneth Paltrow, por exemplo, também aderiram à coleção Bored Ape Yacht Club - aquisições sempre acompanhadas de publicações nas redes sociais.

Para Campani, isso acontece porque as celebridades querem que o público consuma seu conteúdo - e, se o interesse está nos NFTs, é disso que elas vão falar. "Essas celebridades precisam falar de coisas que sejam inovadoras e legais, que sejam um *trending topic* (assunto mais comentado) e puxem seguidores. Elas se associam com o que está dando mídia. Hoje isso vem com o NFT", diz.

Essa ideia pode ser apoiada por um levantamento do Google Trends que mostra que, na semana em que Neymar postou as fotos com os NFTs da coleção Bored Ape Yacht Club, houve um pico nas buscas pelo termo "NFT" no Brasil, considerando dados dos últimos 12 meses. "Macaco", "Primata", "Monkey" e "Neymar" aparecem como pesquisas relacionadas, o que poderia destacar o alcance de um jogador com 171 milhões de seguidores no Instagram.

Palavra do ano que "faz sentido" no mundo digital

Em 2021, "NFT" foi eleita a palavra do ano pelo *Collins Dictionary*. Não à toa. O relatório anual sobre NFTs elaborado pela plataforma NonFungible.com, em parceria com a L'Atelier BNP Paribas, aponta que o volume de negociações de NFTs cresceu 21.350% de 2020 (US\$ 82 milhões) para 2021 (US\$ 17,6 bilhões). Houve aumento no volume de vendas (+1.836%), de compradores (+2.962%) e de vendedores (+3.669%).

Valter Rebelo, analista de criptoativos da Empiricus, afirma que várias ondas ajudaram o destaque dos NFTs no ano passado. "Os criptoativos ganharam mais espaço, investidores institucionais passaram a se interessar mais pela tecnologia e os preços subiram. Aí começou o que a gente chama de 'hype' (moda) na internet, como foi o caso do Bored Ape Yacht Club e do CryptoPunks virando símbolos de status", afirma.

As duas coleções citadas - sendo que os direitos da CryptoPunks foram recentemente adquiridos pela Bored Ape - são as mais negociadas no OpenSea, o maior *marketplace* de NFTs.

A popularização e o interesse pelos ativos "faz sentido" no mundo atual, diz Rebelo. "As nossas relações estão mais digitalizadas. Vemos itens digitais para se expressar, comercializar, interagir e socializar se tornando algo mais factível, especialmente porque temos as estruturas de *blockchain*, na qual não se precisa de um governo ou uma instituição para tornar aquilo legítimo", diz.

Para Hugo Trombini, chefe de criptoativos da Hurst Capital, trata-se de uma característica geracional. "O pessoal de 25 a 40 anos tem novos olhares sobre o que é arte e a ideia do consumo de arte. Eles não precisam ter um quadro pendurado; uma foto no dispositivo já vale", diz. É essa faixa etária que se interessa e impulsiona os NFTs, diz ele.

Essa "febre" deve durar? Os especialistas ouvidos pelo *Broadcast* apostam que sim. "Daqui a 100 anos os NFTs estarão por aí, como as esculturas de Rodin e as obras de arte de Michelangelo? Não sei, pode surgir algo mais bacana e disruptivo que o NFT. Mas acredito que vieram para ficar", afirma Campani, da UFRJ.

Mas Rebelo, da Empiricus, faz a ressalva de que esse tipo de investimento também exige cautela. "Não é porque Bored Ape e CryptoPunk 'explodiram' que outros projetos vão na mesma linha", diz. Otimista, Rebelo diz que uma coleção que ele acompanha com atenção é a VeeFriends, pois tem "serventia para o mundo real" - os compradores dos NFTs têm acesso à conferência anual VeeCon e, em alguns casos, a encontros com o criador Gary Vaynerchuk. "É uma formação de comunidade e de produto, tem o público interagindo com um artista", diz.