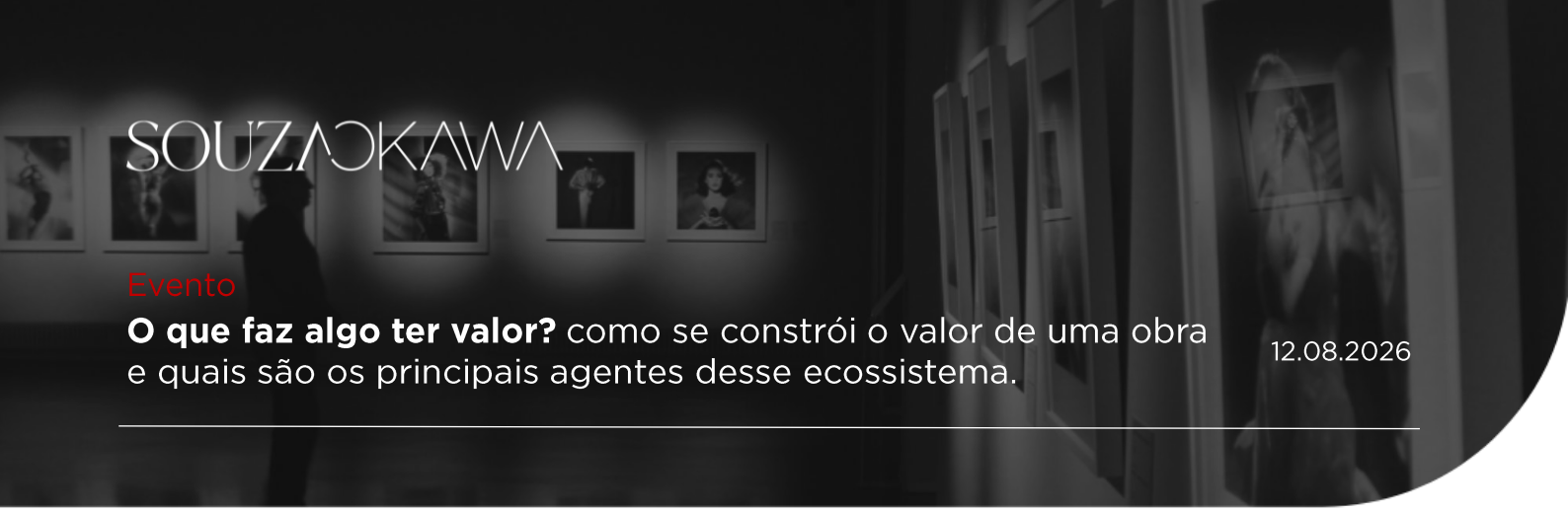

SOUZAOKAWA

Evento

O que faz algo ter valor? como se constrói o valor de uma obra e quais são os principais agentes desse ecossistema.

12.08.2026

São Paulo é hoje o maior mercado de arte da América Latina, e esse mercado funciona como um ecossistema: galerias, feiras, instituições, colecionadores, compradores, artistas, curadores e art advisors se retroalimentam e formam, junto com o público, uma comunidade em constante movimento. Entender como esse ecossistema opera, e como se constrói o valor de uma obra dentro dele, é cada vez mais relevante para quem se aproxima da arte por interesse pessoal, institucional ou como estratégia de investimento.

Para tratar desse universo, o SouzaOkawa Advogados recebeu **Tatiana Kallas** para uma palestra sobre o mercado de arte, seus agentes e forma como se constrói valor dentro dele. Advogada de formação, foi no mercado de arte que Tatiana construiu grande parte de sua trajetória profissional: passou por galerias como Fortes D'Aloia & Gabriel e Almeida & Dale, acompanhando de perto artistas, colecionadores e os diferentes agentes que movimentam esse mercado. Há dois anos, criou seu próprio escritório de art advisory, dedicado também ao desenvolvimento de projetos estratégicos para instituições e marcas. O convite reuniu justamente esse repertório construído ao longo dos anos, com o objetivo de olhar além da obra em si e entender quem participa desse mercado e como se constrói algo tão difícil de definir e, ao mesmo tempo, tão presente nesse universo: o valor.

A seguir, os principais pontos que marcaram o encontro:

Um ecossistema de agentes interdependentes

O mercado de arte de São Paulo funciona como um ecossistema no qual todos os agentes se retroalimentam e convivem, formando uma comunidade. Galerias, feiras, instituições, colecionadores, compradores, artistas, curadores, art advisors e o próprio público fomentam esse mercado e são igualmente importantes para que ele funcione e se amplie.

Mercado primário e mercado secundário

A diferença entre os dois foi ilustrada com duas obras: uma Tarsila do Amaral de 1924, hoje pertencente à Pinacoteca, e O Colecionador, obra de 2008 de Adriana Varejão, que integra o acervo do Inhotim. O mercado primário acontece quando uma obra é vendida pela primeira vez, diretamente do

ateliê do artista ou de uma galeria que o representa. No mercado secundário, a obra já passou por uma segunda ou terceira negociação, como ocorre com trabalhos históricos como o da Tarsila. A linha entre os dois mercados tem se tornado menos rígida: galerias tradicionalmente especializadas em mercado secundário têm passado a atuar também no primário, e o mesmo acontece no sentido inverso.

As feiras que movimentam o circuito paulistano

São Paulo reúne três feiras principais. A SP Arte, realizada em abril, tornou se a maior delas, com estandes grandes, seção de design, presença de editoras e espaço tanto para mercado primário quanto secundário. A ArPa, que ocorre em junho no Pacaembu, é menor e mais curatorial, pedindo aos estandes que apresentem apenas um ou dois artistas, o que a torna mais expositiva e imersiva. Já a Rotas, realizada na Vila Leopoldina como uma segunda feira ligada à SP Arte, tem foco voltado à produção brasileira e atualmente também à produção latino americana em um formato mais intimista.

Instituições e o papel das parcerias culturais

Instituições como Pinacoteca, MASP, Tomie Ohtake e Itaú Cultural não são espaços comerciais em sua essência, mas são fundamentais para o mercado por validarem e legitimarem o valor histórico e comercial de artistas, atraírem público, estimularem o colecionismo, fomentar a cultura e a economia criativa. Além disso, museus como Pinacoteca e MASP tem parcerias com marcas para auxiliar no financiamento de programas educativos, restauração de acervos, exposições e manutenção de seus edifícios. Os programas de amigos e patronos também cumprem esse papel: no de amigos, por um valor anual acessível, o público garante acesso à programação ao longo do ano e participa de eventos exclusivos, enquanto, em instituições como a Pinacoteca, patronos podem direcionar recursos para a aquisição de obras que passam a integrar o acervo.

Colecionador e comprador não são a mesma coisa

O colecionador é o agente que segue, com frequência, um processo de escolha e aquisição, organiza sua coleção e cuida de sua conservação, apoiando artistas, produções e o mercado como um todo. Já o comprador adquire a obra porque gosta dela naquele momento, sem necessariamente desenvolver um trabalho de narrativa em torno da coleção. Coleções mais estruturadas costumam ter recortes claros, seja temático, político ou estético, enquanto o comprador tende a pensar a obra de forma mais pontual, inclusive em termos práticos como o espaço disponível na parede.

Paisagem como fio condutor entre gerações

A paisagem apareceu como tema que atravessa diferentes gerações de artistas. Eleonore Koch, artista alemã nascida em 1926 que se radicou no Brasil, aproximou-se do ateliê de Volpi e trabalhou também com têmpora, tendo obras revisitadas em retrospectiva no MAC. Sua produção influenciou artistas contemporâneos como Lucas Arruda, hoje representado por galerias como Mendes Wood DM e David Zwirner, que recentemente teve uma mostra no Musée d'Orsay, em diálogo com o próprio acervo da instituição. Na mesma linha de artistas jovens, foram citados Lucas Rubly e Rayana Rayo, esta última reconhecida por um trabalho que se afasta do silêncio predominante em outras produções apresentadas, ao construir ilhas coloridas e vivas em torno do tema das fábulas.

Como se constrói o valor de uma obra

Não existe fórmula única, mas critérios que orientam a precificação. No campo institucional, pesam a carreira do artista, sua presença em exposições, a inserção em coleções relevantes e os prêmios recebidos. No campo comercial, entram em jogo a demanda e a disponibilidade de obras, a representação em galerias, a presença em coleções privadas e aspectos como técnica e materiais utilizados. Muitos artistas reúnem força institucional e comercial ao mesmo tempo, mas há também quem tenha uma trajetória muito reconhecida institucionalmente sem, no entanto, alcançar o mesmo desempenho comercial, e o contrário também ocorre.

A comercialização de obras históricas depende de investigação de origem

Quando a obra é histórica, o trabalho de comercialização passa por uma pesquisa aprofundada sobre sua origem: quem foi o primeiro comprador, de onde a obra veio, se há documentação que comprove sua trajetória e, no caso de obras internacionais, como se deu sua nacionalização. Quanto mais completa essa documentação, mais legítima e segura se torna a comercialização da obra.

Quando a fama repentina altera o valor

Um caso recente comentado no encontro mostrou como a exposição pública inesperada pode transformar rapidamente o valor e a disponibilidade de obras de um artista: a aquisição por uma celebridade fez com que peças antes acessíveis se tornassem raras e mais caras da noite para o dia. Esse tipo de valorização súbita, no entanto, tende a não se sustentar sem um trabalho consistente de carreira por trás, o que reforça a diferença entre um boom pontual e uma trajetória construída ao longo do tempo.

O papel do art advisor

O art advisor é uma figura neutra dentro do mercado, que trabalha com diferentes galerias e atua na intermediação entre obra e comprador: pesquisa obras, apresenta artistas e coleções, apoia a organização e a conservação de acervos. Esse acompanhamento é bastante relevante também para family offices e fundos que buscam estruturar uma estratégia de investimento em arte, entendendo onde alocar recursos entre obras históricas e artistas emergentes.

O público e os caminhos para se aproximar da arte

Desenvolver um olhar mais atento para a arte é mais simples do que parece, e boa parte do caminho está disponível gratuitamente pela cidade. A Avenida Faria Lima, por exemplo, abriga obras como uma peça de grande porte de Damien Hirst na recepção de um edifício. Projetos independentes, como o Aberto, já promoveram exposições em casas modernistas escondidas na cidade, caso da Casa Bola, e deixaram esculturas de diferentes artistas em espaços públicos após o encerramento das mostras. Museus e galerias, muitas delas gratuitas, complementam esse percurso urbano de descoberta.

Colecionismo por investimento e colecionismo por envolvimento

Nem todo colecionador pensa em retorno financeiro. Há quem compre pensando estritamente em investimento, mas a maioria constrói a coleção a partir do envolvimento com a obra e com o artista, ainda que, eventualmente, essa relação também gere valorização. A construção de uma narrativa em torno da coleção tende a prevalecer sobre a lógica puramente especulativa.

A projeção internacional da arte brasileira

A conversa terminou reforçando um movimento observado nos últimos anos: artistas brasileiros contemporâneos, como Adriana Varejão, Beatriz Milhazes, Ernesto Neto, Jac Leirner, Lucas Arruda, Antonio Obá, Rosana Paulino, Sonia Gomes, Leda Catunda, entre outros, estão cada vez mais presentes em feiras internacionais e representados por galerias fora do país. Esse movimento amplia a relevância da arte brasileira e reforça, do ponto de vista comercial e institucional, uma trajetória que também depende do apoio de colecionadores e instituições ao longo do tempo.