

# *Fine Art*

---

## **O MERCADO GANHA CONTORNOS**

Fortalecimento do mercado  
no Brasil movimentando novas  
possibilidades de ganho  
com a fotografia

Texto Bola Teixeira | Foto de abertura: Alexandre Urch

O Príncipe Albert II, de Mônaco, levou na bagagem duas imagens de autoria do fotógrafo Marcos Sêmola, após visitar o evento Rio +20, evento que aconteceu recentemente na cidade do Rio de Janeiro. O interesse despertado por um nobre pode não parecer algo tão extraordinário, mas, com certeza, gera interesse, procura, desejo e consumo por um produto que no Brasil vem crescendo de forma extraordinária: a Fine Art.

A Fine Art é um conceito que alça a fotografia à condição de “valor de arte”. Nos EUA, a Fine Art Photography começou a se estabelecer nos idos dos anos 60 do século passado e, no Brasil, somente com a tecnologia digital que marca o ingresso do século XXI, é que o mercado começou a se desenvolver. Basicamente, são duas vertentes de consumo: decoração e coleção, este último encarado como algo semelhante a uma bolsa de valores. “As imagens são vistas como investimento e, assim como qualquer ativo/ação, o artista em alta no mercado é o mais procurado”, explica o galerista Felipe Hegg, da paulistana Lume Photos.

A Fine Art, ao se estabelecer como um mercado com contornos cada vez mais nítidos no Brasil, movimenta os aspectos centrais da fotografia e cria novas possibilidades de investimento aos comerciantes que tem na fotografia sua razão de ser. Um mercado aquecido e com tendência de fortalecimento remete a uma demanda maior de “novos olhares” para a impressão e, conseqüentemente, aumente o universo de profissionais que dão sustentação a este comércio.

“O mercado movimenta algumas dezenas de milhões de reais, talvez algumas centenas. Na verdade, galeristas e colecionadores não gostam muito de falar em números”. Quem afirma é Clicio Barroso Filho, vanguardista fotógrafo, sempre atento as novidades que surgem no mercado fotográfico. Apesar da resistência em revelar números, Clicio garante que “acompanhamos esse crescimento mês a mês, sempre dimensionando a demanda”. Há quatro anos, Clicio fundou a ADI-Atelier de Impressão, em Recife, com os sócios Fernando Neves e Gustavo Bettini. Com um segundo núcleo de produção em São Paulo, a convicção de que o mercado existia e que cresceria. “De fato tem crescido exponencialmente, no Brasil e no resto do mundo, e estamos satisfeitos em apoiar e apostar neste segmento”, afirma Clicio.

Até mesmo a concepção física da prestadora de serviço é diferenciada das convencionais lojas que sempre marcaram o mercado fotográfico. A ADI é um pequeno atelier com atendimento personalizado. “A impressão de fotografias de alta qualidade é o que sempre acreditei ser o destino lógico das fotografias vindas de arquivos digitais ou escaneadas, que de outra forma não seriam



vistas e se perderiam, como muitas, em milhões de HDs esquecidos ou formatados”, decreta Clício a nobreza do serviço no resgate da fotografia na forma que ela realmente é, ou seja, impressa.

Outro vértice que forma o mercado Fine Art são as galerias de arte, estas cada vez mais direcionando seu foco para a fotografia. Para Clício, os galeristas “são, de certa forma, os facilitadores, que mostram a fotografia como expressão artística contemporânea, substituindo a clássica pintura, e abrindo espaço para que a fotografia, liberta, possa continuar evoluindo como linguagem”. Já Hegg, da Lume Photos, ressalta que o papel do galerista “é posicionar corretamente seus artistas no mercado, participar de leilões pontuais e mostrar ao colecionador que ele está investindo em toda a obra de um artista, em alguém que está desenvolvendo uma carreira e pode ser ainda mais valorizado futuramente”.

A Lume Photo foi concebida como uma galeria que comercializa fotografias, ou seja, a imagem é o foco único. Hegg, formado em Relações Internacionais e com mestrado em artes plásticas, juntou-se ao seu amigo de infância Paulo Kassab, mestre em gestão cultural e prestador de consultoria de arte para algumas importantes galerias de fotografia, para montar a

Lume. “Nossa proposta foi de abrir os olhos do mercado brasileiro, tanto para o trabalho dos fotógrafos brasileiros, como Claudio Edinger, Iatã Cannabrava, Gal Oppido, Marcio Scavone (fotógrafos já consagrados, mas não tão reconhecidos por um grande público), como para jovens artistas”.

Hegg está convencido que a fotografia autoral está ganhando cada vez mais o seu espaço, entretanto destaca uma ressalva decisiva: não basta copiar um trabalho já feito. O fotógrafo deve dedicar seu tempo para pesquisas e estudos, e não pensar apenas na técnica e na estética. “A fotografia está evoluindo assim como a pintura evoluiu na sua forma de expressão. Me interessa muito pela fotografia que busca novas formas, quando embasada em argumentos e não feita fortuitamente. A fotografia é também uma forma de pintura, porém o instrumento não é mais o pincel”, comenta Hegg descartando os fotógrafos de viagem e aqueles que tem na fotografia apenas um hobby.

O fato deste mercado estar se consolidando mais em centros como São Paulo e Rio de Janeiro, Hegg encara como natural porque nestas duas cidades “tudo acontece mais rápido”. Em Brasília – centro do poder político do Brasil – , só para tomar como exemplo, o fotógrafo Kazuo Okubo mantém a Casa da Luz Ver-

LUME PHOTOS: exposição coletiva dos autores que representa no mercado Fine Art



melha, galeria que afirma ainda estar num estágio de investimento depois de alguns anos já de existência. “Em comparação com a Europa, ainda temos muito que aprender, mas, sem dúvida, o mercado aqui está aquecido. As galerias de arte e os museus têm papel fundamental no desenvolvimento da educação do olhar e em grandes cidades, como São Paulo e Rio, o acesso para a fotografia de arte é maior” afirma Hegg.

Além do fator impressão e o comércio representado pelas galerias, os festivais cumprem papel importante na expansão no mercado. No Brasil, eventos como o SP-Arte, SP-Foto e o Art Rio vem registrando um crescimento considerável na participação de galerias, bem como movimentando volumes cada vez maiores em vendas de obras fotográficas, seja através da venda direta pelas galerias ou através de leilões. “O SP-Arte, o SP-Foto e outras feiras de arte similares são hoje fundamentais para que o encontro entre artistas, galeristas, curadores, colecionadores, e instituições de arte aconteça periodicamente”, entende Clício. Já Hegg vai mais longe. Fala sobre estes festivais, a relação da galeria e o fotógrafo que representa, além de destacar quem consome: “Os artista re-presentados pela Lume são expostos em feiras de arte no Brasil e no exterior, como SP-Arte, Art Rio, Miam Art Basel,

## OS MERCADOS

### OBRA DE ARTE

#### Museus, galerias, feiras de arte e bienais.

“Este mercado está efervescendo! As obras são certificadas, as séries impressas com tiragens assinadas e numeradas, e a rédea é mantida curta para que se mantenha a demanda e valor de mercado das obras produzidas pelos grandes artistas”.

### DECORAÇÃO

#### Envolve o arquiteto, decorador e seus serviços como hotéis, restaurantes e residências.

“A demanda é grande, fotografia na parede está na moda, e os preços praticados são, em sua grande parte, acessíveis (por conta do volume e por não haver exclusividade da obra)”.



Clício Barroso



“Carnival Ghosts um trabalho voltado à arte mesmo, uma fotografia praticamente abstrata. O ensaio está sendo comercializado pela Lume e é um sucesso. Embora seja difícil de um só comprador se interessar em comprar uma série inteira devido ao valor, neste caso teve um comprador que comprou três fotos da série de uma só vez”.  
- Alexandre Urch



Paris Photo, entre outras e, participam de exposições individuais na galeria. Fazemos um trabalho intenso de acompanhamento artístico com cada um dos fotógrafos e procuramos analisar as linhas de trabalho do mesmo. Diferentes compradores procuram fotos de diferentes estilos. O colecionador quer algo que tenha grande potencial de valorização e um artista com um trabalho/pesquisa consistente. Arquitetos procuram algo que tenha valor artístico, mas que não seja somente conceitual: neste caso a estética também vale muito. Ainda existem os novos colecionadores, que querem encontrar um estilo de arte que os encantem. A imagem conta muito e, a partir do momento que a pessoa se interessa por uma obra, passa a querer entender mais sobre o artista e seu método de trabalho”.

Hegg cita eventos realizados lá fora e este é um fator agregador no comércio de fotografias. A globalização enseja a transformação para um mercado sem fronteiras. Por conta disso que fotógrafos brasileiros começam a ser vistos com outros olhos lá fora. Um exemplo disso é o site [www.1500gallery.com](http://www.1500gallery.com) que representa alguns fotógrafos brasileiros como Júlio Bittencourt, João Castilho, Tuca Vieira, entre outros.

A própria AD Atelier já vem realizando trabalhos de impressão para fotógrafos para exposições na Argentina, França, Inglaterra, Espanha e EUA.

## OS FOTÓGRAFOS

Os trabalhos de fotógrafos brasileiros começam a ser reconhecidos. São especialmente aqueles que têm a percepção não comercial propriamente dita, mas aquela parcela de profissionais que buscam “formas originais de se expressar”, conforme citou Hegg. Baseado na sua experiência deste novo mercado, Clício arrisca a dizer que há muitos fotógrafos que vendem bem as suas obras. Não só aqueles considerados consagrados, mas, também, jovens talentos que já focam seus trabalhos para este tipo de mercado. “É estranho falar em posicionamento diferenciado; fotógrafos que sempre se expressaram com fotografia encontram agora um panorama de vendas mais favorável; fotógrafos comerciais, que não são artistas, não tem tanta facilidade em compreender ou participar do que está acontecendo”, afirma Clício.

Nomes como os da Cláudia Jaguaribe, Cássio Vasconcelos, Cláudio Edinger são incontestáveis. Outros, mais jovens como Alexandre Urch tem se destacado pela constante produção de qualidade e por viver exclusivamente da venda de suas fotografias. Paulistano de 34 anos, designer gráfico sem nunca ter exercido a profissão, Urch fotografa desde 1998 e começou a se dedicar exclusivamente a venda de fotos a partir de 2008. “Ví que era possível viver disso a partir do momento que percebi que eu e vários amigos gostávamos de decorar as paredes de casa com nossas próprias fotos e de outros fotógrafos também. Então, deduzi que deviam existir outras pessoas que gostassem e que seriam capazes de pagar por um bela foto na parede de sua casa, escritório e até mesmo para colecionar”, conta Urch.

Tomada a decisão, o fotógrafo começou a bater de porta em porta em lojas de decoração e apresentava o seu trabalho para alguns arquitetos e decoradores que acabaram virando clientes. “Fotografava sempre pensando em ter meu trabalho representado por uma galeria, porque vejo isso como uma espécie de ‘atestado’ de que o trabalho fotográfico vai além de um simples registro. Ele tem alguma história para contar e uma conotação mais artística do que comercial, embora além da fotografia ser uma forma de me expressar ela também é o meu sustento, mas até chegar a ter o trabalho representado por um galeria foi preciso comer muito ‘arroz com feijão’ para criar um trabalho maduro e expressivo. Eu sabia dessa longa estrada que precisaria percorrer desde o primeiro dia que eu decidi levar a fotografia a sério. E em 2010, uma grande amiga que já estava em contato com a Lume, indicou meu nome e tenho todo o meu trabalho fotográfico representado por eles hoje” lembra Urch um dos nomes da Lume, galeria recheada de novos talentos

como Gabriel Wickbold; de figuras já carimbadas e, também, fotógrafos resgatados como o fotojornalista Alberto Ferreira.

Depois que ingressou na Lume, o foco de produção de Urch mudou. O que era, antes, voltado para a decoração como destino, hoje seu público é outro. “Só produzo fotos para serem vendidas numeradas, assinadas, certificadas, impressas e emolduradas com os mais altos padrões de qualidade da área”, afirma Urch plenamente satisfeito com o que ele chama de “boom” do mercado de Fine Art nos últimos três anos no Brasil, devidamente dimensionado por ele: “É um mercado que ainda está se estabelecendo no Brasil, mas já está bem encorpado e é alimentado todos os dias com aberturas de novas galerias, ex-



ADI-Atelier: atendimento personalizado

posições fotográficas, feiras, palestras, ótimos novos fotógrafos aparecendo, ateliers com todo o “know how” necessário na área de impressão de fotografias fine art, moldurarias especializadas, etc. É uma área que envolve muito mais pessoas e empresas do que somente fotógrafos e galerias”.

Caminho oposto ao de Alexandre Urch, o fotógrafo carioca, Marcos Sêmola, “descobriu” a fotografia através de suas andanças como um profissional “multitarefa”: executivo de uma empresa multinacional de óleo e gás, vice presidente da Associação Internacional de Auditoria e Segurança de Sistemas, professor de MBA da FGV, e escritor com quatro livros assinados sem ter a fotografia como tema. “Meu envolvimento se deu pela combinação dos seguintes fatores: muito tempo trabalhando com TI, uma atividade fundamentalmente binária, o

limite do stress depois de 20 anos de consultoria, o fato de ter ido morar na Europa, especificamente Londres e Haia por quatro anos, que me despertou pela fotografia ao admirar as belas cenas de frio que enfrentei diariamente com a população bem vestida e, diria, fotogênica”, explica Sêmola.

Adepto da Street Photography, Sêmola tem hoje suas obras representadas pela carioca Galeria Metara junto com nomes como Evandro Teixeira e Walter Carvalho (segundo ele, uma “verdadeira relação ganha-ganha), além de imagens na Getty Image (65 imagens licenciadas que lhe rendem uma receita mensal média de 300 dólares), um representante em Londres e negociações para entrar no mercado de Paris e Miami. “Acho que nunca pensei em fine art e continuo assim, a margem desse termo, até pela dificuldade de descrevê-la. Prefiro acreditar que o que eu produzo possa ser consumido, qualquer que seja sua aplicação e, assim, podem chamar como desejarem”, comenta Sêmola, lembrando de seus primeiros passos. “Comecei perdido, gostando de coisas diferentes e praticando macro, retrato, esporte, quase que como um laboratório. Foi quando conheci mais a fundo o Bresson e seus seguidores, e, então, me encontrei. E, de fato, parecia já estar nessa rota de colisão depois de seis meses fotografando Londres diariamente. Como se estivesse depurando meu olhar, meu gosto e eliminando o que não me emocionava e não se integrava a minha estética fotográfica”. Encontrada esta estética, Sêmola costuma denominar de *street noir* os seus trabalhos baseados mais no preto e branco.

E que público consome sua arte? “O perfil do cliente da Metara é variado passando pelo colecionador fiel da marchand, decoradores normalmente representando expatriados que estão se estabelecendo no Rio, apreciadores de obras únicas, de qualidade

e que, além do prazer estético/visual, ainda tem um potencial de valorização no médio-longo prazo. Outro cliente é o turista visitante que se apaixona pelo Rio, aprecia arte e quer ter um pedaço legítimo na parede de casa”, responde Sêmola que revela sua relação com este aspecto comercial de sua fotografia. “Controlo a tiragem de cada imagem em um número baixo, vendendo-as exclusivamente na Metara, controlando a oferta. Já a procura depende de como me posiciono no mercado, minhas exposições, projetos autorais e o perfil dos que já adquiriram obras minhas que geram influência”.

## AS MÍDIAS

O papel é o suporte de impressão mais valorizado no universo da Fine Art. São os conhecidos papeis que permitem impressões de excelente qualidade respeitando critérios técnicos de preservação museológica. Ou seja, impressões com longevidade que supera os 100 anos com a alinhada capacidade das tintas e impressora injekt de última geração.

“O papel sempre foi o destino final da fotografia clássica, e continua no momento contando com a preferência da maioria dos fotógrafos atuantes”, salienta Clício. Porém, outros substratos, superfícies, bases e montagens aparecem em muitos trabalhos como ACM (alumínio composto), metacrilatos, mistura de tecidos e acrílicos, projeções em instalações, etc. “Não há receita”, resume Clício, ressaltando: “O papel de primeira qualidade é importante para museus, instituições e colecionadores, enquanto que os outros substratos e montagens, incluindo os metacrilatos, podem ter vida muito mais curta, ou mesmo efêmera e intangível (como certas insta-





Imagem do Rio de Janeiro, ao lado, e seu autor, Marcos Sêmola, acima. o aut

**PREÇOS**  
De R\$1.500,00 a R\$ 60.000,00\*

\*Valores praticados em galerias

lações)". Hegg concorda com Clicio quando o assunto é o suporte de impressão: "O papel algodão é ainda o preferido e o que mais recomendamos, pela duração (não há processo químico) e a qualidade museológica". Apesar da recomendação, o galerista destaca que são oferecidos também inúmeros suportes para as fotografias como as caixas de Luz, Metacrilato e outras mídias.

## OS PREÇOS

O valor das obras não é um assunto muito bem-vindo. Negligencia-se muito esta questão por motivos mais diversos que se possa imaginar. Entretanto uma obra pode ser vendida por um preço que não ultrapassa os dois dígitos, como, também, temos fotografias super valorizadas, especialmente nomes consagrados por leilões da Sotheby's e Christie's, como o de Ansel Adams, cujos valores são milionários.

Quando se refere a grandes instituições como a Sotheby's e Christie's, há de se considerar alguns fatores como analisa Hegg: "Houve alguns estudos que demonstraram que obras ilustradas nos catálogos de leilão e obras leiloadas na Sotheby's e na Christie's são indicativos de qualidade. O fato da obra estar ilustrada no catálogo adicionou cerca de 77,33% ao

seu valor e obras leiloadas na Sotheby's ou na Christie's exibiram um sobrepreço de cerca de 114,79%". Os valores alcançados em famosos leilões de fotografia faz Clicio vibrar: "Não sei quanto a Sotheby's e a Christie's arrecadam, mas sabemos de fotos vendidas por dezenas de milhões de dólares, o que demonstra a confiança dos colecionadores".

Esta impressionante realidade relatada por Hegg não representa, é claro, o mercado brasileiro. Basicamente, o que vai determinar o valor de uma obra é uma conjugação de fatores, ou seja, o artista, a série apresentada e a tiragem. A nível de galeria, os preços podem variar de R\$1.500,00 a R\$60.000,00. Clicio imagina que há mercados muito maiores que o Brasil como, por exemplo, os Estados Unidos, a China, o México e determinados países da Europa, mas posiciona o nosso mercado como promissor. "O lado bom é que o Brasil agora demonstra ter o crescimento mais acelerado dentre os países da América do Sul, pelo menos na área de impressões de fotografias para exposições e coleções; e isso certamente é bom para todo o mercado fotográfico deste segmento", concluiu.

É como diz Sêmola: "Espero que as imagens estejam decorando os corredores do palácio".