

# Galerias ON-OFF

## Estratégias Contemporâneas

---

Andrea Capssa Lima  
Universidade Federal de Santa Maria

### RESUMO

Este artigo no campo da Arte Contemporânea propõe compreender as estratégias das Galerias ON-OFF<sup>1</sup>, as quais, por meio de mudanças significativas quanto às estruturas de mercado que evoluem permanentemente, surgem em novos espaços, online e offline, voltadas para a comercialização de arte e buscam atrair colecionadores sobretudo na internet. Na contemporaneidade as galerias atuam concomitantemente em ambientes virtuais e físicos. Estar ON e OFF ao mesmo tempo é premissa básica às galerias que buscam na articulação as estratégias para empreender na contemporaneidade e legitimar-se no contexto nacional e internacional da história da arte.

### Palavras-chave

Arte contemporânea; Galerias ON-OFF; Estratégias contemporâneas.

\*

### ABSTRACT

This article in the field of Contemporary Art proposes to understand the strategies of ON-OFF Galleries, which, through significant changes in the constantly evolving market structures, emerge in new spaces, online and offline, aimed at marketing art and seek to attract collectors especially on the internet. In contemporary times the galleries act concomitantly in virtual and physical environments. Being ON and OFF at the same time is a basic premise for galleries that seek in articulation the strategies to undertake in contemporary times and legitimize themselves in the national and international context of art history.

### Keywords

Contemporary art, ON-OFF Galleries, Contemporary strategies.

---

<sup>1</sup> Conceito proposto e defendido pela autora para caracterizar as galerias de arte que na atualidade atuam online e offline paralelamente, de acordo com suas estratégias de atuação.

## Internacionalização: arte globalizada

O cenário da arte, como aponta Robert Fleck (2014)<sup>2</sup>, tornou-se globalizado nas últimas duas décadas garantindo boas surpresas para a arte contemporânea. Entretanto, tais mudanças provocam inquietações no contexto social e cultural, bem como político e econômico, e exigem dos agentes do campo da arte novas tomadas de posições, visando estratégias, tanto para a defesa da história da arte, quanto para o mercado. Discute-se, portanto, sobre as dinâmicas das galerias no mercado da arte ao considerar que, após a crise econômica dos anos 1990, as galerias de arte passaram a buscar e a adotar múltiplos papéis na contemporaneidade.

As galerias contemporâneas estão inseridas em um contexto de organização, internacionalização e mercadológico com metas e objetivos bem definidos por seus agentes, diretores e curadores. As galerias hoje atuam online (ON): conectadas em rede, articuladas umas às outras, geram conteúdo web visando o aumento de seguidores nas redes sociais e, ao mesmo tempo, atrair novos colecionadores, investidores e/ou pessoas interessadas em ver e consumir arte. Contudo, as galerias não abrem mão de ocupar espaços físicos, possivelmente voltadas para um público mais seletivo e que não se aventura virtualmente (OFF): ambientes expositivos projetados para a realização de vernissages, workshops, conversas com artistas, palestras com especialistas na área das artes, a fim de propiciar não somente a proximidade com o seu público, mas também a comercialização. Os espaços podem ser itinerantes, ocupando estandes em grandes feiras de arte, ou marcando presença em leilões.

A regra é buscar mercado, legitimar suas obras e artistas, fomentar o circuito, fazer parte do sistema das artes. Isabelle Graw (2013)<sup>3</sup>, aponta para o fim de galerias com perfis fixos, pois é necessário atualizar-se e, ainda que seja aconselhável manter em seus acervos obras de artistas renomados, é aconselhável apostar nos jovens e talentosos artistas contemporâneos que contribuem, sobretudo, para atrair olhares e interesses de mercado.

A partir do advento da internet na década de 1990, pode-se pensar a inserção das galerias também no âmbito online, sobretudo, mais recentemente, nas redes sociais. Como primeiro passo para uma atuação ON das galerias, aponta-se a digitalização de seus acervos, bem como a divulgação das biografias de seus artistas e os dados das obras para acesso via internet. Posteriormente, a organização de eventos e a divulgação de seus registros nas redes. Atualmente vê-se a intensificação de postagens no sentido de proporcionar simulações das obras em ambientes comuns, não somente na galeria ou paredes de museus, para induzir o pensamento de que ter obras de arte em casa, ou no ambiente de trabalho, faz parte do cotidiano, estimulando assim o consumo e o colecionismo.

Como exemplo de galerias que hoje mantêm seus acervos digitalizados e direcionam ações tanto para ambientes físicos quanto online, podemos citar a Bolsa de Arte (RS e SP) <<http://www.bolsadearte.com.br/site/pt/>>, a Verve Galeria <<http://www.vervegaleria.com/>> a Casa Triângulo (SP) <<https://www.casatriangulo.com/>> a Aura Arte Contemporânea (SP) <<https://www.aura.art.br/>>, a Galeria de Arte Mamute (RS) <<https://www.galeriamamute.com.br/>> e a Moblanc Galeria (RS): <<https://www.moblanc.art/>>.

<sup>2</sup>FLECK, Robert. El sistema del arte en el siglo XXI: museos, artistas, coleccionistas, galeristas. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Mardulce, 2014.

<sup>3</sup>GRAW, Isabelle. ¿Cuánto vale el arte? Mercado, especulación y cultura de la celebridade. 1ªed. Buenos Aires: Mardulce, 2013.

A Galeria Bolsa de Arte, fundada em 1980 em Porto Alegre RS, tem como foco principal a arte contemporânea e representa artistas com reconhecimento no mercado da arte, e está sempre atenta ao lançamento de novos nomes. Em 40 anos de atividade, segundo informações disponibilizadas em seu próprio website, foram realizadas mais de 250 exposições de arte. Em 2014 a galeria inaugura sua filial em São Paulo/SP.

Fundada em 1988, a Casa Triângulo destaca-se como incentivadora e apoiadora de artistas contemporâneos dando-lhes visibilidade e reconhecimento, sobretudo internacional. Desde 2016, a galeria atua em nova sede nos Jardins, São Paulo/SP. Casa Triângulo e a Galeria Bolsa de Arte possuem um vasto acervo de arte contemporânea e contam com artistas renomados e emergentes. Atuam ativamente em feiras de arte como a SP-Arte, Art Rio, Art Miami, ArteBA, Arco Madrid, entre outras, e também em leilões.

A Verve Galeria iniciou as suas atividades em 2013 em São Paulo/SP, com o propósito de levar ao público produções de diversos artistas e múltiplas linguagens. Para além do comércio, a galeria promove intercâmbios e parcerias com outras galerias e espaços a fim de possibilitar também a disseminação de conhecimento através de palestras, workshops e exposições.

Aura Arte Contemporânea, surge como plataforma digital em 2015, com o propósito de ser uma galeria online. Entretanto, a galeria consolida-se como ON-OFF uma vez que a experiência em âmbito virtual desdobra-se em eventos físicos, ao realizar exposições itinerantes e participar de feiras de arte. Após breve atuação em Porto Alegre/RS, ao buscar novos mercados, em 2017 abre as portas de seu espaço expositivo físico na Vila Madalena, São Paulo/SP. Verve Galeria e Aura Arte Contemporânea, enfrentam gigantes com o vigor de jovens e talentosos artistas. Recentemente passaram a atuar em feiras de arte como a SP-Arte, a SP-Arte/FOTO, ArtRio e Parte Feira de Arte Contemporânea.

Em Porto Alegre/RS, em 2012, é fundada a Galeria de Arte Mamute, onde o foco é a pesquisa poética em arte contemporânea, a fim de dar visibilidade aos jovens artistas em formação acadêmica. Representa artistas gaúchos emergentes e auxilia na projeção e circulação de suas obras nacional e internacionalmente. Propostas teórico-prático-reflexivas a partir de palestras, cursos, residências artísticas, bem como publicações e defesas de mestrado e doutorado configuram as dinâmicas da galeria gaúcha. No cenário artístico global, a Mamute consolida-se enquanto galeria contemporânea atenta às dinâmicas do sistema, sobretudo ao participar de feiras nacionais e internacionais, tais como SP-Arte, ArtRio e Pinta Miami.

A Moblanc Galeria surgiu em 2018 como proposta de galeria ON-OFF ao atuar através do site da galeria com o acervo digitalizado, redes sociais com atualização constante (instagram, facebook, twitter e whatsapp) e a realização de exposições em espaços itinerantes, públicos e/ou privados. Com showroom para receber clientes e dinâmicas de assessoria para colecionadores, Moblanc consolidou-se como galeria através da figura de marchand de sua diretora, autora deste artigo. Recentemente, em agosto de 2019, inaugurou o espaço físico (OFF) da galeria na cidade de Santa Maria/RS, no centro do estado, em parceria com a Construtora Jobim, na Torre Amor do Empreendimento Espírito Santo, Loja 107 – Centro. O foco da Moblanc é a assessoria à colecionadores e investidores em arte e tem como intenção a participação em feiras de arte, nacionais e internacionais.

## Colecionismo

Quanto aos colecionadores, público-alvo de galerias como a Bolsa de Arte, vê-se na contemporaneidade um novo perfil. De acordo com Bruna Fetter, “[...] foi registrado um aumento do interesse dos colecionadores por maior conhecimento e ‘uma vontade de aderir ao sistema’, ao realizar suas compras através de galerias” (in: BULHÕES, 2014, p. 132), o que ratifica a compreensão sobre o sistema artístico, e sobre os processos de legitimação e valorização da produção em arte.

O colecionismo enquanto motivação econômica vai além de números e cifras. São diversas as situações que levam uma pessoa a colecionar arte, pode-se observar casos privilegiados de acesso às obras de arte, de aspiração a um prestígio social, exibicionismo, noções de virtude cívica elevada, ou o prazer intelectual e emocional ao colecionar arte. Trata-se de um investimento acompanhado de diversas sensações e reflexões, diferentemente de um investimento em negócios imobiliários ou automotivos, por exemplo, devido à sua dimensão cultural em que somente dinheiro não basta.

[...] uma lógica puramente econômica ou, em termos mais simplistas, a simples busca do lucro, não bastaria, por si só, para justificar o colecionismo e a existência e o funcionamento do mercado da arte. Antes de mais, porque há uma excessiva margem de risco e imprevisibilidade neste tipo de investimentos quando comparado com outros. (MELO, 2012, p. 12).

O colecionador que faz circular suas obras no sistema, ao emprestar peças para exposições, produzir catálogos e promover eventos, torna-se uma “[...] personalidade cultural reconhecida e respeitada pela sociedade [...]” (MELO, 2012, p. 17). Observa-se que os colecionadores são pontos chave no sistema da arte, uma vez que a possibilidade de fazer circular obras de arte no mercado secundário, ou seja, obras que retornam para o mercado, dá-se por meio deles, dos colecionadores proprietários dessas peças e que, por algum motivo, optam pela revenda. É a mola propulsora do mercado secundário e figura cobiçada no mercado primário, pois o fato de um colecionador, reconhecido e legitimado pelo sistema, adquirir obra de um artista em plena atividade, contemporâneo, corrobora a legitimação do próprio artista, valorizando a sua obra e inserindo-a no sistema da arte.

Alexandre Melo (2012) aponta o papel dos agentes culturais como fundamental para incentivar o colecionismo, pois a informação e o conhecimento sobre arte é o ponto chave mercadológico. “O modo de inserção da arte contemporânea na sociedade assenta numa estreita articulação entre a dimensão econômica e a dimensão cultural” (MELO, 2012, p. 14). As galerias estão atentas à estética estratégica, da beleza e do espetáculo, da emoção e do *entertainment* para conquistar mercados, sobretudo a partir das feiras de arte.

## Considerações

A atuação ON e OFF concomitante é uma constante no sistema da arte, sobretudo no mercado. É uma maneira de internacionalizar as galerias, uma vez que a atuação online possibilita ultrapassar as fronteiras geográficas, ainda que não caracterize de fato o comércio das obras. Trata-se de uma grande vitrine, com possibilidades de comercialização entre países. Não cabe aqui discutir questões de importações e

exportações, mas sim as dinâmicas de atuação ON-OFF enquanto estratégias contemporâneas.

Vê-se a expansão das galerias brasileiras para os mercados americanos e europeus, como um passo posterior à participação em grandes feiras de arte nacionais e internacionais, como a SP-ARTE, Art Basel Miami Beach, ARCO Madrid e Lisboa, entre outras. Observa-se também feiras despontando na América Latina como a jovem ESTE ARTE FAIR, no Uruguai que, com apenas cinco anos de atividade vem conquistando espaço e atraindo anualmente um número considerável de galerias renomadas em âmbito global, para Punta del Este/Uy. E, já consolidada, há quase três décadas realizando a feira de arte mais importante da Argentina, a ArteBA.

Para Xavier Greffe (2013) a sobrevivência econômica das galerias de arte depende da participação em feiras, apesar do alto custo. E, a fim de reduzir custos e atrair mais galerias, investidores e colecionadores, através das redes surge a VIP Art Fair, a primeira feira de arte online que, em sua primeira edição no ano de 2011, reuniu 138 galerias internacionais e disponibilizou obras de dois mil artistas em sua plataforma. O acesso para o visitante online custava cem dólares para os dois primeiros dias de feira virtual e vinte dólares nos dias seguintes. Galerias renomadas disponibilizaram seus acervos digitalizados e expuseram suas cifras no âmbito da internet e a presença delas, bem como de colecionadores, legitimaram a VIP Art Fair, independentemente de ter logrado êxito comercial.

Ações online, como a VIP Art Fair, leilões online e galerias de arte atuantes sobretudo na internet, apontam para uma “época plural, onde tudo é possível” (LIPOVETSKY, p. 56). Caracterizar as galerias de arte enquanto virtuais ou físicas é insuficiente, pois, hoje, elas atuam online e off-line e direcionam suas ações para diversos públicos ON e OFF. Busca-se a partir desse estudo compreender a inserção das Galerias ON-OFF no sistema das artes e suas relações com o mercado, as dinâmicas do sistema e suas (re)configurações.

---

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BULHÕES, Maria Amélia (org.). As novas regras do jogo: o sistema de arte no Brasil. Porto Alegre: Zouk, 2014.

CAPSSA de Lima da Silveira, Andrea A. Considerações sobre as galerias virtuais e suas relações com o mercado de arte. Dissertação (mestrado) – Universidade Federal de Santa Maria, CAL, PPGART, RS, 2016.

FLECK, Robert. El sistema del arte en el siglo XXI: museos, artistas, coleccionistas, galeristas. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Mardulce, 2014.

GRAW, Isabelle. ¿Cuánto vale el arte? Mercado, especulación y cultura de la celebridad. Buenos Aires: Mardulce, 2013.

GREFFE, Xavier. Arte e Mercado. (Org. Teixeira Coelho) tradução Ana Goldberger. – ed.- São Paulo. Iluminuras: Itaú Cultural, 2013.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. O capitalismo estético na era da globalização. Portugal: Edições 70, 2014.

MELO, Alexandre. Sistema da Arte Contemporânea. Documenta. Lisboa: Europress, 2012.