UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO

FACULDADE DE FILOSOFIA, LETRAS E CIÊNCIAS HUMANAS

DEPARTAMENTO DE GEOGRAFIA

MARIANA PEREIRA DE ALMEIDA DELL'AVANZI

Geografias da arte: o circuito de arte, as feiras internacionais e a SP-Arte

Versão corrigida

São Paulo

2018

MARIANA PEREIRA DE ALMEIDA DELL'AVANZI

Geografias da arte: o circuito de arte, as feiras internacionais e a SP-Arte

Versão corrigida da dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação do Departamento de Geografia da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo para obtenção do título de Mestra em Geografia.

Orientador: Prof. Dr. Ricardo Mendes Antas Júnior.

São Paulo

2018

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Catalogação na Publicação

Serviço de Biblioteca e Documentação

Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo

D357g

Dell'Avanzi, Mariana Pereira de Almeida
Geografias da arte: o circuito de arte, as feiras internacionais e a SP-Arte / Mariana Pereira de Almeida Dell'Avanzi ; orientador Ricardo Mendes Antas Jr. - São Paulo, 2018.
180 f.

Dissertação (Mestrado)- Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo. Departamento de Geografia. Área de concentração: Geografia Humana.

1. Circuito de arte. 2. Feiras . 3. Arte . I. Antas Jr, Ricardo Mendes , orient. II. Título.

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
FACULDADE DE FILOSOFIA, LETRAS E CIÊNCIAS HUMANAS

ENTREGA DO EXEMPLAR CORRIGIDO DA DISSERTAÇÃO/TESE

Termo de Ciência e Concordância do (a) orientador (a)

Nome do (a) aluno (a): Mariana Pereira de Almeida Dell'Avanzi

Data da defesa: 19/02/2019

Nome do Prof. (a) orientador (a): Ricardo Mendes Antas Jr.

Nos termos da legislação vigente, declaro **ESTAR CIENTE** do conteúdo deste **EXEMPLAR CORRIGIDO** elaborado em atenção às sugestões dos membros da comissão Julgadora na sessão de defesa do trabalho, manifestando-me **plenamente favorável** ao seu encaminhamento e publicação no **Portal Digital de Teses da USP**.

São Paulo, 02/05/2019

_____

(Assinatura do (a) orientador (a)

Nome: DELL'AVANZI, Mariana Pereira de Almeida

Título: Geografias da arte: o circuito de arte, as feiras internacionais e a SP-Arte

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação do Departamento de Geografia da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo para obtenção do título de Mestra em Geografia.

Aprovada em:

Banca Examinadora

Profa. Dra. Mirtes Cristina Marins de Oliveira Instituição: Universidade Anhembi Morumbi (UAM)

Julgamento: Aprovado Assinatura: _____

Prof. Dr. Marcos Antonio de Moraes Xavier Instituição: Universidade Federal de São Paulo (UNIFESP)

Julgamento: Aprovado Assinatura: _____

Prof. Dr. Fábio Betiolli Contel Instituição: Universidade de São Paulo (USP)

Julgamento: Aprovado Assinatura: _____

Aos meus irmãos,

meus sóis e meus girassóis

AGRADECIMENTOS

Ao meu orientador, professor Ricardo Mendes, agradeço por toda a atenção e incentivo dedicados a essa pesquisa, desde seus passos iniciais na iniciação científica.

Ruizito, Paula, Rafa, Nanda, Be, Bru, Giu, Tota e Cella, obrigada por fazer tudo isso valer a pena. Aos meus pais, Irene e Rui, agradeço sobretudo pela inspiração que motivou essa pesquisa.

Companheiros do 71, Paula e Tony, obrigada por toda a ajuda e incentivo durante o processo de pesquisa e escrita. Entre conversas regadas a vinhos e expressos nosso mundo cresceu e me fez melhor. Obrigada!

Esses anos de mestrado foram acompanhados de perto pela família Oliveira Passos. Quantos bons momentos dividimos! Agradeço ao Nahuá pelo apoio, cuidado e boas risadas durante esse processo. Também agradeço a Analice, Fernando, Léo e vó Anita por toda atenção e cuidado.

Muitos amigos participaram de alguma forma e em algum momento dessa trajetória do mestrado, dando a ela novos significados. Aline, Arthur, Deia, Isa, Gabi Oliveira, Gabi Ribeiro, Gabriel, Guilherme, Jéssica, Judith, Lucas, Luciano, Maia, Mi, Michele, Monique, Omkar, Rafael, Raquel, Renata, Ricardo, Tábata, Tarcísio, Thalita, Vanessa e tantos outros que compartilharam comigo esse processo, obrigada por deixá-lo mais leve e mais bonito. Ao Toi agradeço também por toda a ajuda com os mapas da dissertação. Ábine, obrigada pelo olhar perspicaz e atenção generosa na finalização dessa empreitada.

Amigos e colegas de estudo, prosas e cafés do Laboplan, Aline Oliveira, André Pasti, Aninha, Antônio Gomes, Bruno Cândido, Bruno Hidalgo, Carin Carrer, Fernando Coscioni, Flavio Vendrusculo, Fernando Diório, Igor Venceslau, Luciano Duarte, Maíra Azevedo, Mait Bertollo, Maria Larissa Santos, Melissa Steda, Rafael Almeida, Rodolfo Finatti, Tatiana Tomaz, Wagner Nabarro, Victor Iamonte entre outros que participaram do meu processo de pesquisa, desde a graduação, obrigada pelas dúvidas sanadas, indicações de bibliografia, contatos, revisões, conversas e também pelas festas!

Turma de 2009, sempre inspiradora, obrigada pelos melhores encontros. Vocês foram fundamentais na minha trajetória!

Aos colegas professores que acompanharam o começo da minha jornada na educação, entre eles Tânia e João, agradeço pelo incentivo e inspiração. Que a geografia sempre nos ajude a mirar juntos para o horizonte da esperança!

Por fim, agradeço à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) pelo financiamento, que possibilitou maior dedicação a essa pesquisa.

Mas é tão extenuante desejar permanentemente... Breve aspiramos a um prazer sem busca, sonhamos com um estado bem-aventurado que não começaria nem acabaria e em que a beleza não seria mais um fim nem um projeto, mas se tornaria a própria evidência da nossa natureza. Ora, esse estado é a Arte.

Muriel Barbery, *A elegância do ouriço*.

RESUMO

DELL'AVANZI, Mariana Pereira de Almeida. **Geografias da arte: o circuito de arte, as feiras internacionais e a SP-Arte**. 2018. 180 f. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2018.

A relação entre a arte e a geografia pode ser estudada segundo o recorte analítico do circuito de arte, auxiliando a compreensão do processo de produção, circulação e consumo das obras de arte. Esse circuito se distribui pelas cidades e países segundo determinadas orientações que podem ser visualizadas a partir dessa abordagem, esclarecendo, entre outros, a relação entre a espacialidade e o reconhecimento das obras de arte. Considerando a peculiaridade da atividade artística, este trabalho procurará realizar uma reflexão sobre o circuito de arte, configurado por diferentes agentes, tais como galerias, casas de leilão e museus. Nesse circuito, nos deteremos nas feiras internacionais de arte, eventos que se fazem importantes por possibilitar a situação de copresença entre seus agentes e a comercialização de obras de arte em escala global. Tendo como referência a SP-Arte, primeira feira internacional de arte organizada na cidade de São Paulo, compreendemos seu surgimento associado a um imperativo de organização do circuito de arte internacional e às condições apresentadas pela metrópole paulista.

Palavras-chave: circuito de arte; feira internacional de arte; feira SP-Arte; São Paulo; globalização.

ABSTRATC

DELL'AVANZI, Mariana Pereira de Almeida. **Geographies of art: the art circuit, the international art fairs and the SP-Arte fair**. 2018. 180 f. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2018.

The relationship between art and geography may be understood through the analytical analysis of the art circuit, helping the compreheension of the production, distribution and consume of art pieces. Such circuit is distributed through the cities and countries following certain orientations which may be vizualized from that approach, thus clarifying, among others, the relationship between spaciality and the recognition of art works. Considering the peculiarities of the artistic activity, this dissertation aims to produce a discussion about the art circuit, configured by its different agents, such as galleries, auction houses and museums. Moreover, we further analyze the international art fairs, events that are of importance for allowing a co-presence situation amongst the art circuit agents and the commercialization of art works in a global scale. Having as a reference SP-Arte, the first international art fair organized in the city of São Paulo, we understand its emergence as an imperative of the organization of the international art circuit vis-a-vis the required conditions displayed by the metropolis.

Key words: art circuit; international art fair; SP-Arte fair; São Paulo; globalization.

LISTA DE SIGLAS

ABACT – Associação Brasileira de Arte Contemporânea

APEX – Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos

CNI – Confederação Nacional da Indústria

FCE – Field-Configuring Events

ICMS – Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços

ISS – Imposto sob Serviços

MAC – Museu de Arte Contemporânea

MAM – Museu de Arte Moderna de São Paulo

MASP – Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand

MICE – Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions

MINC – Ministério da Cultura

NEA – National Endowment for the Arts

PRONAC – Programa Nacional de Apoio à Cultura

SALIC – Sistema de Apoio às Leis de Incentivo à Cultura

TEFAF – The European Fine Art Foundation

UNCTAD – Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento

ÍNDICE DE MAPAS, FIGURAS, TABELAS, QUADROS E GRÁFICOS

MAPAS

Mapa 1 – Localização das feiras de arte internacionais 63
Mapa 2 – Distribuição das galerias de arte em São Paulo 97
Mapa 3 – Origem das galerias participantes da SP-Arte em 2018 113

FIGURAS

Figura 1 – O sistema de arte 12
Figura 2 – Escultura da artista Tomie Ohtake patrocinada pelo banco Citibank, na avenida Paulista 21
Figura 3 – Perspectiva para o mercado de arte para o 2° semestre de 2017 e 1° semestre de 2018, segundo o relatório Art & Finance (2017) 35
Figura 4 – Crescimento do número de feiras entre 2010 e 2015 62
Figura 5 – Fluxo de galerias participantes em feiras de arte internacionais 74
Figura 6 – Área do triângulo central 90
Figura 7 – Localização das galerias participantes do Gallery Night 2018 nos bairros Pinheiros e Vila Madalena 110
Figura 8 – Localização das galerias participantes do Gallery Night 2018 nos bairros Jardins e Itaim Bibi 110
Figura 9 – Percentual de crescimento e decrescimento das feiras de arte entre 2011 e 2015 117

TABELAS

Tabela 1 – Média de valores gastos no mercado online 11
Tabela 2 – Maiores financiadores via Lei Rouanet em 2016 17
Tabela 3 – Maiores captadores via Lei Rouanet em 2016 17
Tabela 4 – Porcentagem de recursos captados via Lei Rouanet por regiões do Brasil em 2017 18
Tabela 5 – Evolução do número de colecionadores por país 23
Tabela 6 – Ramos econômicos dos colecionadores de arte da lista Top 200 24
Tabela 7 – Interesses, paixões e hobbies da população bilionária 31
Tabela 8 – Comparação entre os valores (dólares) negociados em 2017 no mercado de arte segundo relatórios 32

Tabela 9 – Países com maior número de artistas na lista Top 500 39
Tabela 10 – Quantidade de feiras por país 64
Tabela 11 – Quantidade de países e feiras de arte por região 66
Tabela 12 – Total de galerias na seção principal da Art Basel no período de 2011 a 2015, segundo países de origem 68
Tabela 13 – Distribuição de feiras de arte internacionais por cidade 70
Tabela 14 – Distribuição das feiras de arte por meses do ano 75
Tabela 15 – Perfil das feiras de arte 77
Tabela 16 – Maiores feiras de arte em visitantes 78
Tabela 17 – Distribuição e concentração de galerias por região administrativa 98
Tabela 18 – Concentração da população 1% mais favorecida em renda 99
Tabela 19 – Valores solicitados, aprovados e captados pela SP-Arte 102
Tabela 20 – Maiores empresas patrocinadoras da SP-Arte 103
Tabela 21 – Evolução do número de visitantes na SP-Arte 107
Tabela 22 – Ingressos destinados à democratização de acesso na SP-Arte 2018 108
Tabela 23 – Evolução do número de galerias brasileiras e estrangeiras na SP-Arte entre 2005 e 2018 111
Tabela 24 – Número de galerias de arte e design na SP-Arte nos anos 2016, 2017 e 2018 112
Tabela 25 – Galerias de arte participantes da edição de 2018 da SP-Arte por país 112
Tabela 26 – Países de origem das galerias de arte estrangeiras participantes das edições de 2014, 2015, 2016, 2017 e 2018 da SP-Arte 114
Tabela 27 – Cidades de origem das galerias de arte participantes da edição de 2018 da SP-Arte 115
Tabela 28 – Valores negociados na SP-Arte entre 2013 e 2018 118
Tabela 29 – Exportações de obras de arte em dólares pelo Brasil por períodos 124
Tabela 30 – Exportações de obras de arte em dólares pelo Brasil por unidade da federação 125
Tabela 31 – Importações de obras de arte em dólares pelo Brasil entre 1997 a 2017 ... 126
Tabela 32 – Média de vendas realizadas para o mercado nacional e para o mercado internacional entre 2011 e 2015 128
Tabela 33 – Perfil dos colecionadores relativo às compras de obras de arte das galerias do Projeto Latitude (2016) 128

Tabela 34 – Países de origem dos compradores de obras de arte das galerias do Projeto Latitude (2016) 129
Tabela 35 – Feiras internacionais de arte no Brasil 130
Tabela 36 – Galerias brasileiras em feiras internacionais 130

QUADROS

Quadro 1 – Patrocinadores corporativos do MASP, MAM e Pinacoteca 19
Quadro 2 – Coleções de arte corporativas em número e tipo 20
Quadro 3 – Prêmios artísticos de iniciativa corporativa no Brasil 21
Quadro 4 – Maiores colecionadores de arte brasileiros 24
Quadro 5 – Origem e financiamento dos relatórios sobre mercado de arte 30
Quadro 6 – Origem e posição dos 10 primeiros artistas da lista Kunstkompass de 2016 e 2017 37
Quadro 7 – Origem e posição dos 10 primeiros artistas da lista Top 500, referente a 2017 39
Quadro 8 – Maiores feiras internacionais de arte 67
Quadro 9 – Feiras de arte localizadas em diferentes países e/ou diferentes épocas do ano 69
Quadro 10 – Feiras de arte patrocinadas por bancos 72
Quadro 11 – Evolução do número de grandes exposições de arte no mundo 82
Quadro 12 – Instâncias de consagração moderna criadas entre 1946 e 1952 94
Quadro 13 – Editoras e revistas participantes na SP-Arte 2018 119
Quadro 14 – Museus e instituições culturais na SP-Arte 2018 120

GRÁFICOS

Gráfico 1 – Percentual de valores negociados em leilões em 2017 segundo relatório UBS..... 33
Gráfico 2 – Percentual de valores negociados em leilões em 2017 segundo relatório Artprice 33
Gráfico 3 – Participação de artistas que já estavam presentes na edição anterior do Kunstkompass, entre 1971 a 2012 38
Gráfico 4 – Quantidade de feiras de arte fundadas entre 1954 a 2011 59
Gráfico 5 – Concentração de feiras de arte internacionais no mundo 65
Gráfico 6 – Origem dos artistas exibidos da Documenta entre 1968 e 2007 84

Gráfico 7 – Residência dos artistas exibidos da Documenta entre 1968 e 2007 84
Gráfico 8 – Migração dos artistas exibidos na Documenta entre 1968 e 2007 85
Gráfico 9 – Distribuição das galerias da Pesquisa Setorial Latitude 2016 por cidade ... 127

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO **1**

1 O CIRCUITO DE ARTE: DO FAZER AO CONSUMIR ARTE **4**

1.1 Agentes do circuito de arte **4**

1.2 A participação corporativa no circuito de arte **14**

1.3 A produção de informações sobre o circuito de arte: relatórios de mercado e ranqueamento de artistas **25**

1.3.1 Relatórios de mercado 28

1.3.2 Rankings de artistas 36

1.3.3 Relatórios sobre o Brasil 40

1.3.4 O papel dos relatórios e indicadores na criação de hierarquias no circuito de arte 40

1.4 Eventos do circuito: exposições e feiras **42**

1.4.1 Feiras e exposições: uma abordagem teórica 43

2 A FEIRA INTERNACIONAL DE ARTE **53**

2.1 O surgimento e a expansão das feiras de arte **53**

2.2 Uma agenda global para as feiras de arte: centralidade das feiras no circuito 60

2.3 A exposições de arte: algumas distinções das feiras e sua importância no circuito **80**

3 O CIRCUITO DE ARTE NO BRASIL **88**

3.1 São Paulo: dos salões de arte à feira SP-Arte **88**

3.2 A SP-Arte **100**

3.2.1 SP-Arte: alguns dados gerais 101

3.2.2 A visita à feira 107

3.2.3 Além da feira: atividades associadas 109

3.2.4 Galerias de arte na feira 111

3.2.5 Outros agentes do circuito na feira 118

3.2.6 Algumas considerações sobre a SP-Arte 120

3.3 Sobre a participação brasileira no circuito de arte internacional **123**

3.3.1 Importação e exportação de obras de arte 123

3.3.2 O Projeto Latitude 126

3.3.3 Feiras de arte no Brasil, galerias brasileiras no exterior e participação de galerias em feiras internacionais 130

3.3.4 Algumas considerações sobre o circuito de arte brasileiro e sua inserção internacional 131

3.4 O circuito de arte: aproximações conceituais **133**

CONSIDERAÇÕES FINAIS **139**

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS **142**

ANEXO 1 153

APÊNDICE 1 154
APÊNDICE 2 161

INTRODUÇÃO

Assim como os demais tipos de produção, aquela referente às artes visuais constitui um circuito que se distribui pelo espaço geográfico a partir de determinadas orientações que podem ser esclarecidas por conceitos da geografia. Esse circuito tem como objeto principal a obra de arte, que pode ser encarada como um bem de dupla face por representar ao mesmo tempo uma mercadoria e uma significação (BOURDIEU, 1995), e envolve um tipo de consumo comum às classes mais abastadas, associado à erudição e alta cultura.

Nesse contexto, a produção artística considerada nesse estudo se enquadra nos padrões da alta cultura proposta por Hans (2014). O autor utiliza os termos alta cultura e cultura popular para diferenciar dois tipos de consumo ligados à cultura, centrados na natureza do padrão de vida, aludindo às relações de cultura e posse. A obra de arte se distingue então como objeto cultural relacionado ao alto padrão de vida e poder aquisitivo.

Essa significação da obra de arte, que influi diretamente no seu valor comercial e que representa sua característica particular como objeto de valor intangível, é construída através de um processo de legitimação onde podem concorrer aspectos como a origem da obra, seu tempo de existência, a reputação do artista que a executou e os locais onde foi exposta. Benhamou (2007) elenca os "fatores de incerteza" associados a esse processo: "os caprichos das modas e a evolução da história da arte que promove reclassificações nas hierarquias do valor estético, as novas atribuições de obras, a aceitação dos novos movimentos artísticos pelas grandes instituições" (BENHAMOU, 2007, p. 80).

Consideramos que esse processo de legitimação também é empreendido a partir do circuito de arte. Nele, diferentes agentes distribuídos entre as etapas de produção, circulação e consumo atuarão de forma a reconhecer um objeto como obra de arte. Apesar de comumente proferido, o termo "circuito de arte" carece de uma definição estrita, assim como um levantamento que formalize os elementos que o compõe.

Em pesquisa que realizamos em duas iniciações científicas e que permitiu a consolidação da monografia "O circuito da arte em São Paulo: uma análise sobre a presença da atividade artística no espaço urbano" iniciamos uma reflexão inicial acerca

do termo e suas possibilidades de abordagem a partir da geografia. Nesta investigação buscamos aprofundar essa reflexão da qual resultou a presente dissertação.

Durante o processo de pesquisa deparamo-nos com diferentes abordagens e nomenclaturas que se referem ao processo que envolve as diversas etapas pelas quais uma obra de arte passa, desde sua produção até a sua venda em um leilão ou galeria, ou ainda colocada para exposição em um museu. Algumas delas se centram em momentos mais específicos de vendas, como o termo mercado de arte. Outras se referem a abordagens mais abrangentes. Entre elas, constam termos como circuito artístico (CHIARELLI, 1999), meio artístico (NASCIMENTO, 2010) e campo artístico (ROSSI, 2013).

Tendo em conta que o valor da obra de arte é construído a partir da ação de diferentes agentes, compreendê-la exige uma extrapolação do sentido de valor monetário. A precificação da obra de arte não responde por todo o processo que a constitui como tal, consistindo em apenas mais um dado que contribui para a reflexão sobre o objeto artístico. Desse modo, consideramos que o termo de circuito de arte permite compreender de forma mais completa todo o processo que dá origem a obra de arte.

> É importante ter em mente que o mundo da arte é muito mais amplo que o mercado de arte. Mercado diz respeito a pessoas que compram e vendem obras de arte (ou seja, marchands, colecionadores, leiloeiros), mas muitos agentes do mundo da arte (críticos, curadores e os próprios artistas) não estão diretamente envolvidos regularmente nessa atividade comercial. O mundo da arte [...] é uma "economia simbólica", na qual as pessoas permutam ideias, e o valor cultural é mais debatido do que determinado pela pura riqueza (THORNTON, 2010, p. 14).

O uso do termo circuito de arte, utilizado na pesquisa em detrimento de outros, se mostra oportuno pelo sentido de encadeamento trazido pelo conceito de circuito, caro à geografia sobretudo pelos conceitos de circuito espacial de produção e circuitos da economia urbana (superior e inferior). Estes estão centrados no caráter espacial da produção, da distribuição, das trocas e do consumo das mercadorias, contendo assim as diversas etapas pelas quais passa um produto (SANTOS, 2014 [1988]).

Sob essa perspectiva consideramos o circuito de artes visuais, embora tenhamos em conta que ele extrapola a tradicional configuração dos circuitos espaciais de produção. O objeto do circuito de arte, centrado na obra de arte, está embrenhado de valores que transcendem a mercadoria industrial e agrícola por constituir-se como um objeto que não é produzido em grande escala e possui grande conteúdo simbólico, cuja construção se

apoia muitas vezes em questões intangíveis, tais como o gosto estético e a reputação de um artista.

Para além da discussão do valor da obra de arte, sua legitimidade ou qualquer forma de significado que possa ter – discussões importantes dentro dos ambientes de formação dos artistas, das instituições ligadas à produção e divulgação de arte, entre responsáveis e beneficiados por políticas culturais etc. – essa dissertação propõe o olhar da geografia para a mediação das obras de arte pelos agentes do circuito, cuja ação garante a sua produção e reconhecimento.

Nesse circuito, as feiras internacionais de arte detêm grande importância ao possibilitar aos seus agentes o comércio de obras de arte e trocas de informações. Esses eventos serão analisados a partir de determinados aspectos, tais como localização, quantidade, tipos, tamanho e, tendo em conta sua concentração em metrópoles, as relações que estabelecem com essas cidades. A emergência desses eventos no período da globalização também será considerada, elencando possíveis relações entre as feiras e as variáveis desse período. Tendo em conta que a primeira feira internacional de arte no Brasil foi a SP-Arte, nos deteremos especialmente nela. Refletiremos sobre a formação do circuito de arte em São Paulo até o estabelecimento da feira, em um movimento de maior inserção do Brasil no circuito de arte internacional.

Dessa forma, consideramos o circuito de arte utilizando os recursos que a geografia nos apresenta para analisar as relações que a produção, a circulação e o consumo de obras de arte estabelecem com o espaço geográfico. Essa análise leva em conta fatores como a urbanização e as variáveis do período da globalização, e nesse estudo procuramos identificar como isso se conjuga para possibilitar a dinâmica desse circuito, identificando seus parâmetros e possíveis relações hierárquicas.

1 O CIRCUITO DE ARTE: DO FAZER AO CONSUMIR ARTE

O circuito de arte é conformado por uma diversidade de agentes e lugares que, associados, são responsáveis pela criação e legitimação das obras de arte. Neste capítulo, discutiremos a diversidade e a forma de atuação desses agentes, de forma a melhor esclarecer o que entendemos por circuito de arte. O primeiro item visa esclarecer quem são os agentes do circuito e discutir se a obra de arte pode ser considerada um objeto geográfico. Nos próximos itens, outros agentes serão melhor especificados, devido sua influência no circuito, sendo eles as corporações empresariais e os relatórios sobre o mercado de arte. No último item do capítulo, discutiremos o papel dos eventos para o circuito. Para isso, abordaremos o evento de forma teórica, para assim subsidiar uma discussão sobre sua natureza e função, e em seguida discutiremos os eventos do circuito de arte, especificamente as exposições e feiras de arte.

1.1 Agentes do circuito de arte

O circuito de arte leva em conta a existência de diversos agentes, cuja função varia desde a produção da obra de arte em si, centrada na figura do artista, até sua consumação por colecionadores de arte, por exemplo. A importância desses agentes está em promover o reconhecimento e legitimação da obra de arte, e o encadeamento entre os mesmos conforma o que aqui nomeamos como circuito de arte.

Sarah Thornton (2010) elenca sete instâncias legitimadoras da obra de arte, que contribuem para a visualização do se propõe por circuito de arte. Esse grupo é formado pelo leilão, pela crítica de arte, pela feira de arte, pelo prêmio, pela revista de arte, pelo ateliê e por último pela bienal. Dentre elas, algumas se conjecturam como agentes do circuito de arte ao atuar em alguma etapa pela qual passa a obra de arte, desde a produção até o consumo, como o leilão. Outras participam indiretamente nesse processo em que o objeto artístico será legitimado enquanto tal, como o prêmio de arte. A bienal e a feira de arte constituem momentos estratégicos do circuito, ao proporcionar o encontro entre seus agentes.

A partir disso podemos estabelecer os agentes do circuito de arte, representados pelas seguintes figuras: o artista; a galeria e o marchand; os leilões, os críticos de arte, que estão muitas vezes associados à instituições de formação artística, como as universidades, e também aos meios de comunicação como os jornais; as revistas e demais

meios de comunicação que abordam as artes visuais; os museus e demais instituições públicas ou privadas que elaborem exposições, como centros culturais; e por fim os colecionadores de arte, representando coleções particulares ou corporativas. Como já mencionado, dois momentos do circuito serão estratégicos: as feiras de arte a as exposições, e por extensão as bienais, e por isso também devem ser consideradas. Esses agentes se distribuem em diferentes momentos do circuito, desde a produção, a intermediação através das vendas ou doações e momentos expositivos[1].

A figura do artista é perpassada por uma gama de variáveis, tais como sua formação, o reconhecimento adquirido na forma de prêmios artísticos, a participação em exposições coletivas ou individuais e outros fatores que constroem sua reputação. A legitimação da obra de arte operada pelo circuito leva em conta a própria legitimação do artista, constituindo-se como importante fator no reconhecimento de determinada obra e que influenciará, por exemplo, seu preço de venda. É esse reconhecimento que ditará a dedicação do artista, se integral, assumindo a profissão de artista, ou se parcial, procurando sustento em outra profissão além de executar suas obras de arte.

As galerias são importantes estabelecimentos do circuito de arte, e ganham maior importância por seu envolvimento nas feiras de arte, objeto central dessa pesquisa. Elas intermediam o artista e o comprador, facilitando o processo de compra por instituições ou colecionadores. Poli (1976) ressalta sua importância:

> Uma vez que o êxito de um artista está intimamente relacionado com a maior ou menor aceitação de suas obras no mercado, é bastante evidente que seu processo de valorização não é tanto um feito abertamente cultural, mas sim um problema quantitativo, relacionado com os circuitos de venda. Por isso, a produção de novos valores de alto nível só pode acontecer através de grandes galerias ou anúncios de galerias, que disponham de uma rede organizada de distribuição, constituída por galerias que se ocupem principalmente da venda de novos valores lançados no mercado (POLI, 1976, p. 64).

A importância das galerias pode ser sintetizada em alguns pontos concretos: organizar exposições individuais e coletivas de artistas no país e no exterior; edição de catálogos e periódicos especializados em arte; contrato com artistas estabelecendo a aquisição antecipada da produção em troca do pagamento seguro; ação em escala internacional através de participação em feiras internacionais, associação com galerias estrangeiras ou até mesmo a abertura de filiais no exterior (POLI, 1976; FETTER, 2013).

[1] Considerando o vasto campo abordado pela pesquisa, reconhecemos que outros agentes possam integrar o circuito, além dos que levantamos aqui.

O galerista pode também ser visto como marchand, o profissional que negocia obras de arte. Segundo Thorton (2010), os galeristas podem ser divididos em três grupos: aqueles voltados para o artista, que em geral ingressaram em uma faculdade de belas-artes e percebem grande aptidão por organizar exposições; os galeristas voltados para o colecionador, muitos dos quais iniciam o trabalho de galerista a partir de sua própria coleção; e por último os marchands curadores, que estudam história da arte e procuram justificativas acadêmicas para a obra de seus artistas. A autora ressalta que "não há uma formação estabelecida nem uma certificação. Qualquer um pode se definir como marchand ou galerista" (THORTON, 2010, p. 102).

Segundo Abraham Moles (1975), a galeria de arte desempenha o papel de editor para os artistas, e de intermediário para seus clientes. "A galeria compra, armazena, apresenta, vende e publica as obras do artista" (MOLES, 1975, p. 237). Ainda segundo o autor, a galeria origina o processo que outorga o preço especulativo na obra arte. Esse processo se dá a partir da multiplicação do valor mínimo de rentabilidade – resultado da soma de despesas do artista, de seu custo mensal e demais despesas inclusas – pela função da apreciação que faz do valor do artista, dado incerto, mas nunca totalmente arbitrário. Como resultado disso, "o preço de custo mínimo indicado torna-se uma fração desprezível do preço de venda" (MOLES, 1975, p. 238).

Conforme Reviriego (2014), as galerias devem gerir um grupo de artistas que se complementam em termos de rentabilidade. Esse grupo é composto pelos artistas consagrados que já se estabeleceram e possuem um reconhecimento, e por artistas emergentes ainda não reconhecidos. Os primeiros garantem a manutenção econômica da galeria e possibilitam o lançamento de novos artistas. Em relação à gestão econômica, o mais habitual é que os galeristas estipulem os valores das obras e trabalhem de forma exclusiva com os clientes, controlando o acesso a sua obra. Há assim uma relação de compromisso entre a galeria e o artista.

Fialho (2014), ao comentar a estrutura do mercado de arte dividido entre primário e secundário, situa as galerias como participantes dos dois setores. No primário estariam as galerias que representam artistas em atividade e se ocupam de obras que serão comercializadas pela primeira vez. No secundário estariam galerias que trabalham com a revenda de obras já comercializadas anteriormente. Portanto, as galerias podem atuar na promoção de novos artistas e suas obras inéditas, e também na revenda de obras já legitimadas no mercado de arte.

Apesar do foco na comercialização, outras atividades podem se dar na galeria, como exposições coletivas ou individuais de artistas, leilões e atividades culturais, como oficinas de criação artística e palestras. Essas atividades, em geral, têm como finalidade promover o comércio, aproximando as obras de arte de possíveis compradores. As galerias, assim, assumem o papel de promoção de seus artistas associados, já que essa reputação será decisiva para as vendas de obras de arte. Sobre isso, Jansson (2015) afirma que

> A reputação de um artista é, ao menos em parte, gerenciada por sua galeria e há uma relação de interdependência entre galerias e seus artistas: se a galeria quer trabalhar com um artista específico e o artista está igualmente interessado em trabalhar com a galeria, essa cooperação é um sinal para o mercado de que tanto a galeria quanto o artista estão associados à arte de qualidade. Assim, a galeria é um componente central no "processo de certificação" pelo qual um artista deve passar para ter sucesso, cultural e comercialmente (JANSSON, 2015, p. 10, tradução nossa)[2].

O museu de arte, segundo Françoise Benhamou (2007), transmite um legado às diferentes gerações por meio da conservação das obras. A autora estabelece uma evolução histórica sobre a missão dos museus que auxilia o entendimento sobre o próprio reconhecimento desse agente: no início do século XIX, serviam como locais de trabalho de artistas e copistas, o que teria dado lugar às duas missões fundamentais, a conservação e exposição. Ao longo do tempo, a função educativa e pedagógica somou-se a essas missões e passou a compor a atuação dos museus.

O museu tem grande poder na legitimação da obra de arte, sobretudo por sua função pedagógica. Ao apresentar um acervo, confere às obras ali presentes o status de arte, dignas de exposição e contemplação. Estabelece assim o que é exemplo de arte e transmite ao visitante o que deve ser considerado como tal, daí sua função pedagógica. É no museu que a obra de arte ganha a máxima legitimidade outorgada ao objeto artístico. Nesse sentido, os museus são “as instituições oficiais mais importantes para a conservação do patrimônio público, por abrigar coleções de interesse histórico e artístico e por legitimar e consagrar, oficialmente, a obra de arte” (ROSSI, 2001, p.73).

---

[2] The reputation of na artist is, at least partly, managed by his or her gallery and there is a relationship of interdependence between galleries and their artists as follows: if the gallery wants to work with a specific artist andthe artist is equally interested in working with the gallery, this cooperation is a sign to the Market that both the gallery and the artist are associated with quality art. Thus, the gallery is a central component in the ‘certification process’ that an artist must undergo in order to succeed, both culturally and commercially (JANSSON, 2015, p. 10).

As casas de leilões ocupam-se estritamente da venda da obra de arte em um formato diferente das galerias, já que não representam nenhum artista, e o modo de venda leva em conta a competição entre os compradores. As vendas em leilões podem criar reputações que valorizam ou desvalorizam as obras, impactando fortemente em todo o circuito, e têm grande repercussão.[3]

> As vendas em leilões, por serem livres e públicas entre pessoas interessadas em adquirir bens artísticos, parecem ser o melhor veículo para definir o valor de mercado da obra de arte, comprovando e legitimando as cotações dos diversos artistas. Por outro lado, o leilão pode reunir obras que deixaram de ser vendidas em outras circunstâncias, oferecendo vantagens para o comprador (ROSSI, 2001, p.57).

Frequentados por um público de alto poder aquisitivo, o leilão é mais um momento que indica o perfil do comprador de obras de arte. "A palavra venda sugere descontos e pechinchas, mas as casas de leilões buscam conseguir o preço mais alto possível. Mais ainda, são exatamente essas somas extraordinárias que transformaram os leilões em um esporte da alta sociedade" (THORTON, 2010, p. 26).

Além das vendas, os leilões contribuem com o processo de legitimação de obras de arte através dos catálogos – inventário das obras a serem comercializadas, tradicionalmente impressos, mas também disponibilizados cada vez mais no formato digital – que funcionam como atestados da originalidade da obra de arte. O valor dessa legitimação é proporcional à tradição da própria casa de leilões. Quando consolidada no circuito, uma casa de leilões que inclua determinada obra em seu catálogo atesta e documenta sua autenticidade.

O catálogo está presente em outros dois momentos do circuito de arte: nas exposições, como as bienais de arte ou exposições de museus e galerias, e nas feiras de arte. O registro das obras nesses momentos também se faz importante no processo de legitimação da obra de arte. Sobre esse documento de registro, o curador Klaus Scherübel (2008) comentou:

> Objeto de documentação, de registro, de mediação, de reflexão, de promoção e de valorização, o catálogo desempenha um papel crucial no mundo da arte. A sua função prolonga as obras de arte e a exposição dessas obras, concedendo-lhes um grau de permanência, garantindo simultaneamente a sua existência pública. Ele também condiciona a percepção atual ou futura das obras de arte, através do teor dos seus comentários críticos e da qualidade da documentação e informações que

[3] As 10 obras mais caras do mundo foram vendidas em leilão (PRESSE, 2017).

> ele contém. Assim, não é só o catálogo um instrumento de mediação, mas é autoritário dentro do sistema da arte[4].

As revistas e demais meios de comunicação do circuito transmitem informações que constroem reputações de artistas, galerias, museus e demais instituições ligadas ao circuito de arte. Divulgam exposições de galerias, museus e institutos culturais, leilões, feiras e e outros assuntos relacionados ao circuito. A informação – elemento crucial do circuito por impactar diretamente na valorização das obras – é construída e repassada também a partir desses canais. Algumas revistas se encarregam de organizar rankings de mercado e de artistas, e publicam textos opinativos sobre exposições elaborados por críticos de arte, e assim influenciam na ação de colecionadores. Essa atuação confere às revistas de arte e demais periódicos um papel estratégico no circuito de arte.

O colecionador é um agente muitas vezes desconhecido para quem não está embrenhado no circuito de arte. Essa situação pode ser proposital, uma vez que compras que envolvem altos valores chamam a atenção e levam os negociantes a optar pela discrição e sigilo[5]. Sobre a importância da participação do colecionador no circuito, Benhamou (2007) traz uma comparação ilustrativa feita pela revista Time, em 16 de maio de 1994: "para fazer um best-seller, é preciso que cem mil pessoas gastem cada uma $24,95 dólares – um pequeno plebiscito. Mas bastam dois colecionadores para mandar um quadro à estratosfera" (BENHAMOU, 2007).

A figura do colecionador se apresenta de diversas formas no circuito de arte. Há o colecionador particular, que atua como pessoa física, e também o colecionador corporativo, que atua através de corporações ou fundos de investimentos. Essa diferenciação se faz importante para a visualização do circuito de arte, uma vez que esses agentes, sobretudo os colecionadores corporativos, têm grande envolvimento com outros agentes ao financiar exposições, museus e feiras de arte, por exemplo. Dada a importância desse envolvimento, esse assunto será melhor discutido no próximo tópico.

Além dos já comentados, é importante ressaltar a recente participação de novos agentes do circuito que atuam através de plataformas virtuais, possibilitando compras de

---

[4] Exposição "Tractatus Logico-Catalogicus", no VOX Centre de l'image contemporaine, em Montreal, de 06.11.2008 a 13.12.2008.

[5] Exemplifica a situação o caso ocorrido em 2016, durante a 11ª edição da SP-Arte. Após a grande divulgação da compra realizada pelo empresário Marcel Telles, sócio da Ambev, da obra da artista Beatriz Milhazes "Summer love - Gamboa seasons" por R$16 milhões, a transação teria sido cancelada (VEJA, 2016).

obras de arte online. Alguns deles funcionam como galerias de arte, mediando o artista e o comprador. É o caso, por exemplo, dos aplicativos WYDR e Artbinder, iniciativa suíça e estadunidense, respectivamente. Outros são plataformas de leilões, como o Paddle 8, dos Estados Unidos, e o brasileiro Leilões.br, que oferecem a leiloeiros o serviço de leilão online.

No primeiro caso, os aplicativos oferecem obras inéditas de artistas. Em entrevista ao jornal espanhol El País realizada em 2016, um dos criadores WYDR enfatizou como objetivo do aplicativo "ampliar o mundo da arte, dando acesso a artistas independentes, mas também a usuários e amantes da arte que não têm acesso às galerias". Nessa ferramenta, os preços das obras são, muitas vezes, mais acessíveis ao público de menor poder aquisitivo (MÚNERA, 2016).

No segundo caso, há grande variedade de obras veiculadas, que variam de acordo com o perfil e reconhecimento do leilão. No caso do site Paddle 8, os preços das obras são predominantemente mais altos, sugerindo um perfil de compradores de alto poder aquisitivo. Esse leilão online possui escritórios nas cidades de Nova York, Los Angeles, Londres e Hong Kong. O site Leilões.br funciona de forma diferente do primeiro exemplo, servindo como plataforma de serviços de leilão para galerias e leiloeiros menos consolidados no circuito[6], e veiculam uma variedade maior de produtos, além de obras de arte, tais como artigos de antiquário e decoração.

Segundo o relatório de mercado de arte Artprice de 2017, 97% das 6.300 casas de leilão consideradas na pesquisa possuem presença na internet. É interessante notar que a emergência dessas plataformas, seja na função de galeria ou leilão, acontece em compasso ao crescimento do número de feiras e exposições de arte[7], evidenciando que os momentos de encontro presenciais se fazem importante para o circuito de arte. Por isso, o surgimento dessas plataformas não significa uma perda para o circuito, onde a venda se dá tradicionalmente em galerias e casas de leilão presenciais. Houve, de certa forma, uma ampliação do acesso à arte, permitindo a um grupo maior a compra de obras, embora de menor reconhecimento no circuito.

[6] Por menos consolidados, queremos dizer que não possuem estrutura física e/ou financeira suficiente para realizar o leilão de forma independente.
[7] Os dados sobre o crescimento do número de exposições e feiras serão apresentados mais adiante, no tópico "Eventos do circuito: exposições e feiras de arte".

A produção de informações sobre o mercado de arte online ainda é pequena, e, quando existente, concentra-se nos países de maior destaque no circuito de arte global. Desde 2013, a empresa estadunidense Hiscox, em parceria com a consultoria em arte ArtTactic, elabora um relatório sobre o mercado de arte online baseado nos sites[8] mais acessados da web, chamado Online Art Trade Report. Na edição de 2017, o relatório apresentou uma pesquisa sobre os valores gastos por usuários nas compras via web e os dados estão sintetizados na tabela 1. Além das obras de arte, outros itens também são comercializados por esses sites. A partir da tabela nota-se que os valores negociados são, em sua maioria, baixos dentro do contexto de preços de obras no circuito de arte.

Tabela 1 – Média de valores gastos no mercado online

Produto	até £100	£101 a £500	£501 a £1.000	£1.001 a £5.000	£5.000 a £10.000	£10.001 a £25.000	£25.001 a £50.000	acima de £50.000
Obras de arte	6%	21%	22%	30%	10%	4%	6%	3%
Decoração e design	20%	28%	24%	18%	5%	2%	3%	1%
Joalheria	24%	37%	12%	10%	4%	10%	2%	2%
Relógio	14%	11%	11%	33%	11%	17%	3%	0%
Vinho	44%	38%	3%	16%	0%	0%	0%	0%
Antiquário	15%	31%	21%	19%	10%	2%	2%	0%
Selos e moedas	50%	20%	10%	10%	0%	10%	0%	0%
Memorabilia	48%	26%	17%	9%	0%	0%	0%	0%

Fonte: Online Art Trade Report (2017).

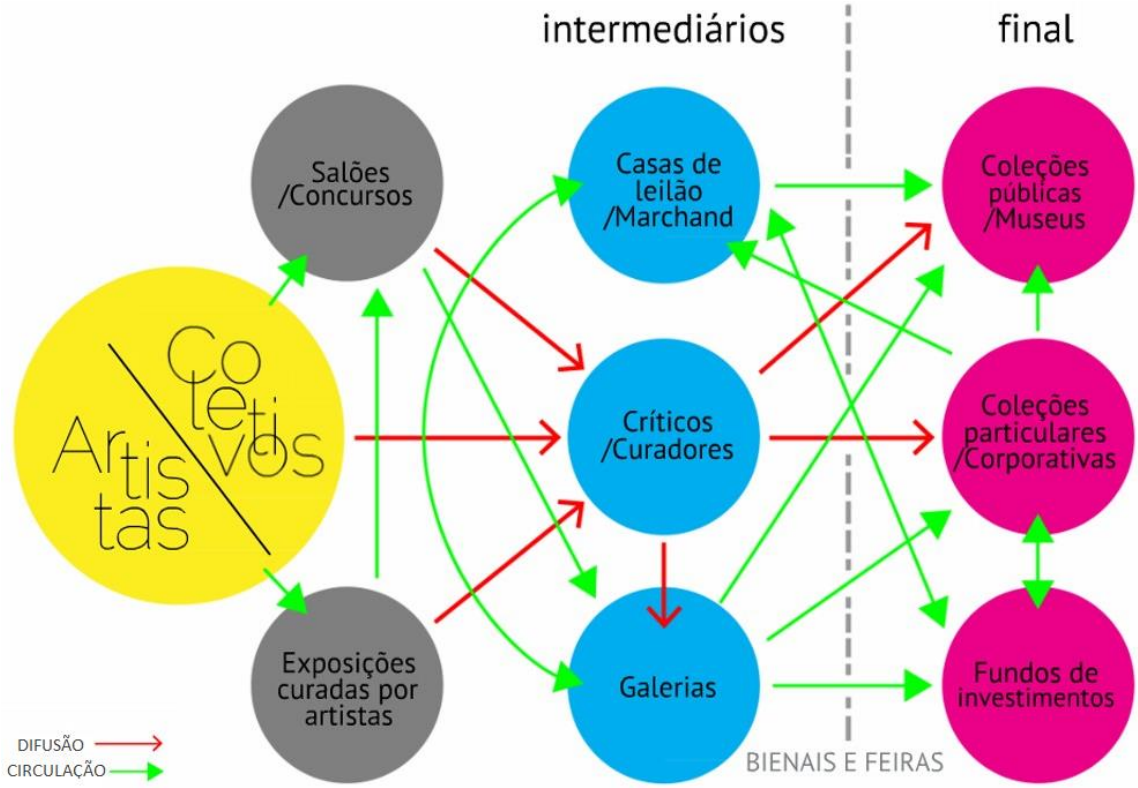
Integrantes de um mesmo circuito, que em diferentes funções contribuem para o processo de legitimação da obra de arte, os agentes podem apresentar posições e opiniões divergentes. Essa divergência é mais aparente na relação entre artistas e aqueles que mediam a venda da obra de arte, como galeristas e casas de leilões. Sobre a última, Thorton (2010, p. 28) comenta que "a maioria dos artistas nunca foi a um leilão de arte e tem pouco desejo de fazê-lo. Eles ficam desapontados com o modo que as casas de leilões tratam a arte como qualquer outro produto comercializável". Em discordância ou não, esses agentes integram o circuito de arte e influenciam o reconhecimento outorgado às obras de arte.

A Associação Brasileira de Arte Contemporânea (ABACT) sugeriu um diagrama, representado na figura 1, que ilustra o encadeamento entre os agentes do que propõe como

[8] Os sites mais utilizados para compras de arte online compõe a tabela "top 40" e estão apresentados no Anexo 1. O item 1.3 irá tratar mais objetivamente sobre a produção de informações e a criação de diferenciações no circuito de arte.

sistema de arte, sob dois tipos de movimento: a circulação das obras e a difusão de informações. Apesar da nomenclatura diferente, consideramos um bom instrumento para visualizar o que propomos como circuito de arte.

Figura 1 – O sistema de arte



Fonte: ABACT (2015). Adaptado.

O esquema permite visualizar o encadeamento entre os agentes do circuito de arte, e as diferentes ações por eles realizadas: a produção, divulgação, comercialização e compra da obra de arte. Os dois tipos de movimentos, a circulação das obras no formato de comércio e exposições e a difusão das informações sobre as obras de arte ou mesmo sobre os agentes do circuito sintetizam essas ações. Estas serão mais eficazes conforme o reconhecimento que os próprios agentes possuírem: quanto melhor a reputação de um museu, galeria, casa de leilão ou revista de arte, maior a legitimação outorgada à obra de arte, e maior a capacidade de influência no circuito.

O preço de venda das obras de arte será muitas vezes influenciado por pela ação dos agentes do circuito. Segundo Benhamou (2007), o preço pode variar de acordo com a fama do artista, do tempo decorrido desde sua primeira exposição, dos prêmios que recebeu, das exposições que realizou em galerias e museus, e dos preços de venda anteriores.

Para Moraes (2014), o valor mercantil da obra de arte é uma construção baseada em variáveis como o currículo do autor, os custos de produção da obra, montagem e divulgação da exposição e a repercussão crítica na mídia. Além disso, também compõe o preço o desempenho da obra em leilões, feiras, exposições, e, principalmente, em museus. Segundo a autora, "a inclusão em acervo de museu público ou coleção particular de prestígio é o patamar que mais turbina a cotação da assinatura do artista" (QUEMIN; FIALHO; MORAES, 2014, p. 87).

A venda por determinada galeria, a exposição em determinado museu, a revenda em determinado leilão e a publicação em determinado catálogo, por exemplo, antes de constituírem fatos aleatórios, são passagens que constroem reputações da obra de arte, e assim sua legitimação. O mesmo vale para as feiras de arte, uma vez que "o tipo de feira de arte com o qual uma galeria pode se envolver terá um efeito na imagem da galeria e consequentemente em seus artistas" (JANSSON, 2015, p. 13, tradução nossa)[9], e podemos acrescentar que esse efeito também repercute nas obras de arte ali expostas. Muitas vezes essas ações serão decisivas para justificar o preço cobrado por uma obra de arte, o qual dependerá da reputação construída através desse encadeamento de agentes.

Dessa forma, ressaltamos esses agentes como fatores fundamentais para a existência e a legitimação da obra de arte, já que, sob os padrões da alta cultura, inserem a obra no circuito. É nesse sentido que se evidencia a obra de arte como objeto geográfico, dotado de espacialidade – e por isso associado a "um momento das relações sociais geografizadas" (SANTOS, 2014 [1988], p. 80) – independentemente de seu conteúdo estético e simbólico, explorado pelos estudos culturais. Para entender esse objeto dessa forma, apoiamo-nos em Santos (2012 [1996], p. 156), para quem "um objeto tomado isoladamente tem um valor como coisa, mas o seu valor como dado social vem de sua existência relacional". A partir disso, sugerimos que a obra de arte ganha sentido quando inserida no circuito.

Ao conjecturar a obra de arte como objeto geográfico ressaltamos, entre outros fatores, a influência que determinados lugares exercem sobre ela, impactando em seu reconhecimento no circuito de arte. Nesse sentido, concordamos mais uma vez com Santos (2012 [1996], p. 132), ao afirmar que

[9] the type of art fair that gallery can or may involve with, will have an effect on the gallery's brand and hence its artists (JANSSON, 2015, p. 13).

> O valor real de cada um não depende de sua existência separada, mas de sua qualificação geográfica, isto é, da significação conjunta que todos obtém pelo fato de participar de um lugar. Fora dos lugares, produtos, inovações, populações e dinheiro por mais concretos que pareçam, são abstrações (SANTOS, 2012 [1996], p. 132).

Junto aos produtos, inovações, populações e dinheiro citados pelo autor, inserimos também a obra de arte. Vista como objeto geográfico, revela-se um dos processos que constitui sua existência, na ação dos agentes do circuito que são, também, espaciais. Daí o conteúdo da obra de arte incluir também sua espacialidade. Os agentes atuam em lugares específicos, que contribuem mais ou menos para a inserção da obra no circuito, uma vez que "[...] cada lugar torna-se capaz de transmitir valor aos objetos que sobre ele se constroem [...]" (Santos, 2013 [1994], p.72). Assim, esses lugares específicos contribuem para a maior ou menor legitimação da obra de arte, dentro da delimitação do que se considera como alta cultura. Não considerar a espacialidade no processo de legitimação da obra de arte é descartar um dos fatores que também compõe seu conteúdo.

1.2 A participação corporativa no circuito de arte

O envolvimento de corporações empresariais no circuito de arte se dá de forma mais proeminente a partir dos anos 1980, quando a cultura passa a ser utilizada como "moeda simbólica para corporações nas democracias capitalistas ocidentais" (CHIN-TAO, 2006, p. 17). A atuação das empresas, seja no financiamento de museus, grandes exposições, feiras de arte e prêmios de arte, por exemplo, passa a influenciar o circuito de arte como um todo, e por isso são consideradas como agentes do mesmo.

Esse envolvimento das corporações se dá na produção cultural como um todo, e coincide com o momento em que a cultura se fundamenta como recurso (YÚDICE, 2004). Nesse viés, a cultura

> é muito mais do que uma mercadoria; ela é o eixo de uma nova estrutura epistêmica na qual a ideologia e aquilo que Foucault denominou sociedade disciplinar (isto é, a imposição de normas a instituições como a educacional, a médica, a psiquiátrica etc.) são absorvidos por uma racionalidade econômica ou ecológica, de tal forma que o gerenciamento, a conservação, o acesso, a distribuição e o investimento – em "cultura" e seus resultados – tornam-se prioritários (YÚDICE, 2004, p. 13).

Para Chin-Tao (2006), esse envolvimento das empresas deve ser analisado em termos de poder político no Estado, já que que a esfera cultural também representa um meio de chegar a esse fim. Assim, esse interesse nas atividades culturais representa uma "estratégia global para reunir o poder econômico e a autoridade pública" (Chin-Tao,

2006, p. 39). É nesse contexto que as legislações, no que concerne à cultura, serão pautadas cada vez mais pela participação corporativa, sob a influência do neoliberalismo.

Volkerling (1996) organiza um histórico das políticas culturais no pós-Segunda Guerra que auxilia a compreensão desse processo. Na primeira fase, entre os anos 1945 a 1965, as políticas governamentais visavam difundir a "alta" cultura à toda sociedade, dando acesso aos gêneros de cultura de elite. Na segunda fase, entre os anos 1965 a 1985, as políticas são marcadas pela promoção do multiculturalismo, em contraposição às políticas hegemônicas baseadas na cultura da elite. Com avanço do neoliberalismo e recuo do Estado no que tange às políticas sociais, os ideais da segunda fase apontada pelo autor começam a perder força, dando lugar a um período em que o mercado de bens e serviços começa a apropriar-se dos bens culturais. No último período, entre os anos 1990 e 1995, ocorre a chamada "incorporação":

> Em meados dos anos 1990, as decisões sobre o caráter e o desenvolvimento de uma cultura pública não estão mais nas mãos de formuladores governamentais de política cultural. Muito de nossa experiência cultural agora é mediada através do mercado e através das empresas internacionais de comunicação, das quais o Estado é acessório (VOLKERLING, 1996, p. 207).

Segundo Durand (2013), o mecenato de corporações empresariais surgiu nos Estados Unidos, em 1967, quando Nelson Rockfeller e outros empresários norte-americanos criaram o *Business Committee for the Arts*, que recolhia investimentos entre o empresariado para promoção às artes. Esse modelo se fortalece a partir dos governos de Margaret Thatcher na Grã-Bretanha, em 1979, e de Ronald Reagan nos Estados Unidos, em 1981.

> Para forçar o mundo das artes a se ajustar à cultura empresarial, os governos de Reagan e Thatcher cortaram o orçamento que era destinado de forma direta ao subsídio das artes, que supostamente debilitavam a iniciativa e criavam uma cultura de dependência tímida no ambiente das instituições subsidiadas, além de desencorajar ou afastar patronos potenciais vindos do setor privado (CHIN-TAO, 2006, p. 72).

Durante esses governos, o modelo do mecenato corporativo ganhou força. Nos EUA, por exemplo, houve um aumento do teto de dedução imposto para as contribuições caritativas para as companhias de 5% para 10% da renda tributável. Junto a isso, o governo de Ronald Reagan propôs cortes no orçamento das instituições públicas ligadas às artes, como o *National Endowment for the Arts* (NEA), agência federal responsável pelas artes. Dessa forma, o governo agia como um captador de recursos, não mais como financiador (Chin-Tao, 2006).

No Brasil, as políticas culturais relativas às artes visuais tomaram caminho semelhante. A principal lei que estabelece o financiamento à cultura foi estabelecida em 1991 nesses moldes, a Lei 8.313, também conhecida como Lei Rouanet, instituindo o Programa Nacional de Apoio à Cultura (PRONAC). Através dela, foi estabelecido o incentivo fiscal a pessoas físicas e jurídicas que patrocinem projetos culturais:

> O incentivo é um mecanismo em que a União faculta às pessoas físicas ou jurídicas a opção pela aplicação de parcelas do Imposto sobre a Renda, a título de doações ou patrocínios, no apoio direto a projetos culturais aprovados pelo Ministério da Cultura. Ou seja: o Governo Federal oferece uma ferramenta para que a sociedade possa decidir aplicar parte do dinheiro de seus impostos em ações culturais. Desta maneira, o incentivo fiscal estimula a participação da iniciativa privada, do mercado empresarial e dos cidadãos no aporte de recursos para o campo da cultura, diversificando possibilidades de financiamento, ampliando o volume de recursos destinados ao setor, atribuindo a ele mais potência e mais estratégia econômica (PORTAL LEI ROUANET).

A lei prevê os segmentos culturais que podem concorrer ao financiamento: artes cênicas; livros de valor artístico, literário ou humanístico; música erudita ou instrumental; exposições de artes visuais; doações de acervos para bibliotecas públicas, museus, arquivos públicos e cinematecas, bem como treinamento de pessoal e aquisição de equipamentos para a manutenção desses acervos; produção de obras cinematográficas e videofonográficas de curta e média metragem e preservação e difusão do acervo audiovisual; preservação do patrimônio cultural material e imaterial; e, por fim, construção e manutenção de salas de cinema e teatro.

O patrocínio pode ser realizado por pessoas físicas e jurídicas, e os valores destinados a projetos culturais correspondem a respectivamente 6% e 4% do imposto devido. A tabela 2 indica as corporações que mais contribuíram para projetos culturais via Lei Rouanet no ano de 2016. A tabela 3 indica as instituições que mais captaram recursos.

Tabela 2 – Maiores financiadores via Lei Rouanet em 2016

Incentivador	Valor incentivado
Petróleo Brasileiro S. A - Petrobrás	R$ 1.630.759.202,85
Vale S.A.	R$ 500.236.759,20
Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social	R$ 458.130.339,24
Banco do Brasil S.A.	R$ 439.287.567,19
Centrais Elétricas Brasileiras S.A. - ELETROBRÁS	R$ 287.403.932,21
Petrobrás Distribuidora S.A.	R$ 218.997.016,36
Cielo S.A.	R$ 172.022.171,81
Bradesco Vida e Previdência S.A.	R$ 138.353.151,98
Telecomunicações de São Paulo S.A.	R$ 128.234.497,47
Souza Cruz S.A.	R$ 127.579.466,89
Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos (ECT)	R$ 119.614.029,26
Banco Itaucard S.A.	R$ 115.135.043,03
Banco Itaú S.A.	R$ 112.067.206,20
Redecard S.A.	R$ 110.153.586,36
Companhia Brasileira de Metalurgia e Mineração	R$ 104.857.207,89
Cemig Distribuição S.A.	R$ 101.917.711,46
Banco Bradesco S.A.	R$ 96.862.643,42
Banco Bradesco Financiamentos S.A.	R$ 92.711.665,50
Bradesco Vida e Previdência S.A.	R$ 90.778.548,00
FIAT Automóveis S.A.	R$ 78.463.884,77
Banco Itáú BBA S.A.	R$ 76.264.037,03
Comp. de Saneamento Básico do Estado de São Paulo - SABESP	R$ 73.659.069,61
Itaú Vida e Previdência S.A.	R$ 71.118.614,00

Fonte: MINC (2017).

Tabela 3 – Maiores captadores via Lei Rouanet em 2016

Proponente	Valor captado
Instituto Tomie Ohtake	R$ 19.306.238,20
Aventura Entretenimento Ltda.	R$ 14.076.738,02
Instituto Itaú Cultural	R$ 14.000.000,00
Fundação Orquestra Sinfônica do Estado de São Paulo	R$ 13.833.742,62
Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand	R$ 12.619.976,11
Fundação Roberto Marinho	R$ 12.350.000,00
Instituto Cultural Inhotim	R$ 10.835.259,13
Fundação Bienal de São Paulo	R$ 10.578.888,00
Nós 3 Produções Ltda.	R$ 10.487.230,00
Instituto de Desenvolvimento e Gestão - IDG	R$ 10.463.302,75

Fonte: MINC (2017).

Entre os dez maiores captadores, cinco deles compõe o circuito de arte considerado na pesquisa e referem-se a museus ou instituições que se ocupam principalmente das exposições de artes visuais: o Instituto Tomie Ohtake, o Instituto Itaú Cultural, o Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand, o Instituto Cultural Inhotim

e a Fundação Bienal de São Paulo. É válido ressaltar, ainda, que apenas um deles não está sediado na cidade de São Paulo, o Instituto Cultural Inhotim, localizado em Brumadinho, região metropolitana de Belo Horizonte, em Minas Gerais.

Entre as críticas ao sistema de financiamento proposto pelo Lei Rouanet[10] está a desproporção da distribuição dos recursos entre as diferentes regiões do Brasil. A tabela 4, elaborada a partir dos dados disponibilizados pelo relatório "Lei Rouanet em números", evidencia a porcentagem dos valores captados em cada região entre os anos de 1992 a 2017. Durante esse período, foram captados R$ 16 bilhões, e aproximadamente 80% desse valor foi captado na região Sudeste.

Tabela 4 – Porcentagem de recursos captados via Lei Rouanet por regiões do Brasil em 2017

Região	Porcentagem
Sudeste	79,70%
Sul	11,40%
Nordeste	5,50%
Centro-Oeste	2,60%
Norte	0,80%

Fonte: MINC (2017).

O patrocínio corporativo às artes, seja na forma de doações ou através das leis de incentivo fiscal tem como contrapartida a promoção da empresa como benfeitora, vinculando sua marca à instituição cultural. Chin-Tao (2006), analisando as instituições artísticas dos Estados Unidos e Grã-Bretanha, descreve esse patrocínio como uma forma das corporações estabelecerem um sistema humanista de valores junto aos museus e galerias, revestindo seus interesses particulares de um verniz moral universal. Essa análise pode ser utilizada para o caso brasileiro, já que as empresas que incentivam projetos e instituições culturais por meio da lei Rouanet estão autorizadas a veicular sua marca aos mesmos[11].

[10] Diversas críticas são feitas à Lei Rouanet, sobretudo em relação às vantagens desmedidas que a Lei oferece às grandes empresas sobre imposto devido e ao poder dado às mesmas na escolha de projetos culturais que terão financiamento. Os poderes públicos, assim, deixam as decisões sobre o que se produz em termos de arte e cultura nas mãos de setores de marketing das empresas (BOTELHO, 2016).

[11] Os critérios para divulgação da marca do patrocinador são explicitados pelo Ministério da Cultura: "o patrocinador pode ativar sua marca em um projeto, desde que as ações sejam realizadas com recursos próprios, não decorrentes do incentivo fiscal, nas seguintes situações: veiculação da imagem institucional ou nome do incentivador em peças de divulgação além das aprovadas pelo Ministério da Cultura; fornecimento de produtos ou serviços do patrocinador ao projeto cultural, desde que comprovada a maior economicidade ou exclusividade; programas de relacionamento e ações similares de prospecção de potenciais incentivadores individuais e quaisquer ações de ativação de marcas, desde que realizadas com recursos próprios do patrocinador; concessão de acesso a ensaios, apresentações, visitas ou quaisquer

O patrocínio corporativo aos museus ganha destaque por representarem instituições artísticas tradicionais e de grande visibilidade, e segundo Chin-Tao (2006) esse patrocínio está associado a duas razões. A primeira, por ser uma forma de promover suas próprias vendas, e a segunda – para aquelas empresas cujo produto não está ligado diretamente ao evento patrocinado – como uma forma de promover uma imagem corporativa mais esclarecida. Também compõe o universo das corporações os escritórios de advocacia, que patrocinam exposições em instituições artísticas ou mesmo auxiliam juridicamente as instituições artísticas de forma *pro bono*, e promovem sua marca a partir desses patrocínios e atuações.

Na cidade de São Paulo é possível observar essas relações entre corporações e escritórios de advocacia com alguns museus tradicionais. O quadro 1 indica os principais patrocinadores, – que recebem diferentes nomenclaturas nas informações cedidas pelos museus, como "patrocinadores máster" e "patrocinadores estratégicos" – entre corporações e escritórios de advocacia, de três museus paulistas: o Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand (MASP), o Museu de Arte Moderna de São Paulo (MAM) e a Pinacoteca do Estado de São Paulo.

Quadro 1 – Patrocinadores corporativos do MASP, MAM e Pinacoteca

Museu	Principais patrocinadores/mantenedores	Escritório de advocacia
MASP	Itaú e Vivo	Machado Meyer
MAM	Bradesco, Itaú e Vivo	Levy & Salomão
Pinacoteca	Bradesco	Mattos Filho

Fonte: Elaborado a partir de informações dos sites do MASP, MAM e Pinacoteca e dos escritórios Machado Meyer, Levy & Salomão e Mattos Filho.

No circuito de arte, além da participação corporativa se dar através do financiamento às instituições artísticas, utilizando os benefícios das leis de incentivo fiscal, é significativa a atuação através de coleções corporativas ou mesmo pessoais, no caso de grandes empresários que investem pessoalmente em obras de arte. O investimento em coleções corporativas ou pessoais também leva em conta a visão de arte como investimento financeiro, já que as obras de arte podem ser valorizadas e posteriormente negociadas para geração de lucro.

atividades associadas ao projeto cultural; comercialização do produto cultural em condições mais favoráveis a público determinado em função do incentivador; delimitação de espaços a público determinado em função do incentivador" (PORTAL DA LEI ROUANET).

As coleções de arte são práticas comuns às corporações. As obras de arte podem ser organizadas em algum estabelecimento cultural da empresa aberto ao público, ou utilizadas para decorar as sedes, sobretudo os escritórios dos altos cargos. A arte nos escritórios "reforça a hierarquia corporativa; quanto mais alto se está na escala corporativa, mais caras são as peças do escritório, com exceção das áreas mais públicas, como o saguão da recepção onde são expostos os melhores quadros" (Chin-Tao, 2006, p. 275). Algumas coleções corporativas presentes no Brasil estão indicadas no quadro 2.

Quadro 2 – Coleções de arte corporativas em número e tipo

Corporação	Obras de arte	Tipo
Itaú	15.000	Arte histórica, moderna e contemporânea
Mapfre	3.000	Arte moderna e impressionismo
BMF&Bovespa	187	Arte moderna e contemporânea
Telefônica Vivo	80	Arte moderna e contemporânea
Caixa Econômica Federal	1.900	Arte moderna e contemporânea
Santander	Não informado	Arte moderna e contemporânea

Fonte: Elaborado a partir das informações de artigo da Isto é Dinheiro, sites do Itaú, Mapfre, Caixa Econômica Federal, Santander e Brasil (2017).

Além das coleções próprias, é uma prática a entrega de prêmios artísticos e a doação de obras de arte por parte das corporações a instituições culturais. Os prêmios de arte financiados por corporações podem ser concedidos no formato de bolsas de estudo ou em quantias de dinheiro e possuem, em geral, determinadas regras para a participação dos artistas. São considerados, por exemplo, nacionalidade, idade e tipo de arte realizada. As cerimônias de outorga podem ser realizadas em eventos próprios ou associadas a eventos maiores, como feiras de arte. Alguns exemplos de prêmios realizados no Brasil estão identificados no quadro 3, junto aos seus financiadores.

Quadro 3 – Prêmios artísticos de iniciativa corporativa no Brasil

Prêmio	Corporação	Setor
Marcantonio Vilaça	Confederação Nacional da Indústria (CNI)	Indústria
Marcos Amaro	Logbras; V2 Investimentos; Galeria Emma Thomas	Investimentos; Logística; Galeria de arte
Pipa	Pipa Global Investments	Investimentos

Fonte: Elaborado a partir de informações disponibilizadas nos sites da empresa Pipa Global Investments, da Confederação Nacional da Indústria (CNI) e Fundação Marcos Amaro.

Para os artistas, o prêmio pode contribuir para sua legitimação no circuito de arte, confirmando seu valor cultural (Thornton, 2010). Para as corporações, são mecanismos de publicidade, já que associam a marca corporativa à premiação, além de se projetarem como autoridades capazes de estabelecer padrões de qualidade e influenciar as tendências artísticas (Chin-Tao, 2006). As doações de obras de arte, como a representada na figura 2, podem ser analisadas sob a mesma justificativa das premiações corporativas, já que contribuem para a construção da reputação das corporações.

Figura 2 – Escultura da artista Tomie Ohtake patrocinada pelo banco Citibank, na avenida Paulista[12]

Fonte: Instituto Tomie Ohtake (2018).

[12] A instalação da obra patrocinada pelo banco Citibank foi realizada em frente à sede do mesmo banco, na Avenida Paulista, em São Paulo. A Associação Paulista Viva, que intermediou a instalação, justificou a localização escolhida para a escultura: "o local permite o uso dos espaços de circulação para fruição da obra sem obstruir a passagem de pedestres e outros elementos de sinalização urbana" (GIANNNINI, 2015).

Além das coleções corporativas, coleções particulares formadas por pessoas de grande poder econômico, por estarem muitas vezes associadas a grandes corporações, também compõe as relações entre estas e o circuito de arte. Essas coleções são formadas através da participação em feiras, leilões e do acompanhamento de galerias de arte, podendo envolver a participação de consultorias especializadas em compras de obras de arte.

Anualmente, a revista estadunidense Artnews publica uma lista com os 200 colecionadores que tiveram maior destaque em compras de obras de arte chamada "Top 200", de grande veiculação nos periódicos ligados ao circuito de arte. A análise dessa lista contribui para o entendimento do circuito de arte, já que permite visualizar suas relações com as corporações, assumidas por suas figuras centrais, herdeiros e CEOs, além dos países que têm maior participação no circuito. A partir dessa lista, o relatório do mercado de arte UBS Report do ano de 2018, elaborado pelo banco suíço UBS e a feira de arte Art Basel, associou os colecionadores aos seus países de residência, assim como a evolução do número de colecionadores por país nos anos de 1990, 1995, 2007, 2016 e 2017. A tabela 5 sintetiza essas informações.

Tabela 5 – Evolução do número de colecionadores por país

País/Continente	1990	1995	2007	2016	2017
EUA	114	94	110	97	101
Canadá	1	7	4	3	3
América do Norte	58%	51%	57%	50%	52%
Brasil	1	1	2	5	4
Argentina	2	4	2	2	2
México	3	4	3	3	2
Outros	2	3	4	2	2
América Latina	4%	6%	6%	6%	5%
China	0	0	2	7	9
Hong Kong	6	4	0	3	3
Japão	12	8	2	4	4
Outros	0	1	1	7	4
Ásia	9%	7%	3%	11%	10%
Reino Unido	12	11	13	12	13
França	10	17	11	9	7
Alemanha	10	17	12	11	10
Itália	5	9	4	3	3
Suíça	9	4	10	11	11
Outros	5	14	18	12	14
Europa	26%	36%	34%	29%	29%
Rússia	0	0	0	3	2
Oriente Médio	0	1	0	4	5
Outros	8	1	2	2	1
Outros	4%	1%	1%	5%	4%

Fonte: UBS Report (2018).

Há uma grande discrepância entre os países de origem dos colecionadores, já que quase metade deles são dos EUA. Em seguida, o Reino Unido lidera a segunda posição com uma quantidade muito inferior, possuindo 13 dos 200 maiores colecionadores. Os primeiros lugares indicam a polarização do circuito de arte nos EUA e alguns países da Europa. A tabela permite visualizar a significativa diminuição de colecionadores em países como a França, e ainda mais drástica no caso do Japão, que passa de 12 colecionadores nos anos 1990 para 4 em 2017. Ao mesmo tempo é possível notar a maior participação da China no mercado de arte, que na última edição da listagem teve nove dos maiores colecionadores. Na mesma edição o Brasil é apontado com quatro.

Junto à lista Top 200 de 2017, a revista Artnews divulgou os ramos da economia a que se dedicam ou dedicaram os colecionadores e que possibilitaram os investimentos em obras de arte, e podem ser visualizados na tabela 6. O quadro 4 trata especificamente

dos colecionadores brasileiros apontados na lista, também associados ao ramo econômico.

Tabela 6 – Ramos econômicos dos colecionadores de arte da lista Top 200

Ramo econômico	Porcentagem
Finanças	39,5%
Imobiliária	17%
Moda	9,5%
Bens de consumo	7%
Filantropia	7%
Tecnologia	6%
Herança	5,5%
Mídia e publicidade	4,5%
Entretenimento	4%
Manufatura	3,5%

Fonte: Artnews (2017).

Quadro 4 – Maiores colecionadores de arte brasileiros

Colecionador	Cidade	Tipo	Setor
Bernardo Paz	Brumadinho	Arte contemporânea	Indústria siderúrgica
Andrea e José Olympio Pereira	São Paulo	Arte moderna e contemporânea	Banco (presidência)
Joseph Safra	São Paulo	Impressionismo e Grandes Mestres	Banco (fundador)
Lily Safra	Gênova	Arte dos séculos 19 e 20	Banco (herdeira)
Susana e Ricardo Steinbruch	São Paulo	Arte Moderna e Contemporânea	Indústria siderúrgica

Fonte: Artnews (2017).

A relação dos ramos econômicos apresentados pela revista Artnews permite visualizar a origem do capital investido em arte. Quase 40% dos colecionadores estão ligados às finanças, indicando a grande participação do setor bancário no circuito de arte. A presença dos bancos, como apontado no relatório do mercado de arte Artprice de 2017,

> é palpável em quase todos os níveis. Lembre-se que grandes bancos (UBS, Deutsche Bank, JP Morgan, etc.) se tornaram parceiros poderosos em grandes eventos artísticos (feiras de arte, bienais, exposições, prêmios, etc.) que influenciam substancialmente o sucesso e os preços dos artistas (ARTPRICE, 2017, s/n, tradução nossa). [13]

A análise do caso brasileiro reafirma essa situação, já que três dos cinco colecionadores apontados na lista possuem vínculo com bancos, como fundador,

[13] is palpable at nearly every level. Recall that major banks (UBS, Deutsche Bank, JP Morgan, etc.) have become powerful partners in major artistic events (art fairs, biennials, exhibitions, awards, etc.) that substantially influence the success and prices of artists (ARTPRICE, 2017, s/n).

presidente ou por herança. Por isso, esses dados devem ser levados em conta na análise sobre o circuito de arte no Brasil.

A participação das corporações no circuito de arte pode se dar então de diversas formas, seja no patrocínio através de leis de incentivo fiscal, na doação de obras de arte, na outorga de prêmios corporativos para as artes, na formação de coleções corporativas ou mesmo nas coleções particulares formadas por membros do alto escalão das corporações e seus herdeiros. Essa intensa participação nos leva a associar as corporações como agentes do circuito de arte, com grande poder de influência dentro dele.

> Ao se institucionalizar, a arte corporativa assume autoridade moral, apropria-se dos símbolos de legitimação e é capaz de estabelecer novas tendências artísticas. Neste sentido, um grupo social adquire poder sobre um dos poucos setores da sociedade que supostamente está acima do princípio do lucro ou prejuízo, e a arte se torna assim o cúmplice desavisado de uma nova hegemonia social. As origens desse novo poder, seja ele potencial ou real, estão no acesso privilegiado ao poder de compra que o capital corporativo dá aos seus proprietários (CHIN-TAO, 2006, p. 296).

Assim, as corporações reforçam algumas características que posicionam o circuito de arte considerado na pesquisa dentro do que se considera como alta cultura. As coleções milionárias, os eventos artísticos exclusivos para membros dessa elite, as influências estéticas através de premiações corporativas são alguns dos fatores que indicam a influência desse setor. O circuito de arte, tradicionalmente permeado por integrantes da elite econômica e intelectual por enquadrar-se nas configurações da alta cultura, tem suas características reafirmadas com a maior participação do empresariado e passa a ser ainda mais utilizado como um diferenciador de classes.

1.3 A produção de informações sobre o circuito de arte: relatórios de mercado e ranqueamento de artistas

O crescimento dos negócios em artes visuais, que contribuiu para a expansão e maior especialização do circuito de arte, foi acompanhado do surgimento de algumas publicações cuja função se concentra na crítica de arte, além de divulgação de galerias e instituições artísticas, análise de dados como as tendências artísticas, eventos mais influentes no circuito e os países com maior participação no mesmo. As revistas de arte, por exemplo, têm grande importância na consolidação de artistas e demais agentes do circuito de arte. Jansson (2015) atribui à mídia e a crítica o processo de criação de valor não só das obras de arte, como também dos artistas e galerias que os representam, já que

> Certos jornalistas de arte e revistas têm, assim, o poder de enquadrar o trabalho de um artista ou um programa de galeria dentro de um discurso de arte nacional ou internacional, o que certamente ajuda a galeria a criar valor de reputação para si e para seus artistas "estáveis" (JANSSON, 2015, p. 11)[14].

Além das revistas de arte, os relatórios sobre o mercado de arte e os índices de artistas integram esse grupo de publicações do circuito, e são realizados, por exemplo, por estudos de consultorias artísticas e revistas. Ao criar rankings e hierarquias, seja de artistas, colecionadores ou países, por exemplo, essas publicações têm capacidade de influenciar ações no circuito de arte, e por isso se constituem como agentes do mesmo.

Para Fialho (2005), esses tipos de indicadores consistem em importantes ferramentas para os agentes do circuito, sejam eles artistas, curadores, marchands ou colecionadores, já que orientam as ações no mercado. A produção desses estudos, no entanto, sugere um processo que se apoia muitas vezes em meios não formais, além de se concentrar em poucos lugares e não abranger toda a diversidade do circuito. Assim, o circuito de arte se constrói sob especulações e escassez de dados que dificultam uma clara visualização de seu funcionamento. Relacionado a isso, Pinho (1989) justifica a dificuldade em obter informações:

> [...] porque a demanda não inclui todos os consumidores de arte, nem todos os artistas estão integrados no fluxo da oferta, nem os preços das obras são transparentes. Isto porque parte das vendas acontece no mercado informal. A regra básica do mercado de arte é o segredo, pelos possíveis riscos fiscais, os artistas não querem ser tachados de mercantilistas, e há ainda o mercado de falsificações (PINHO, 1989, p. 58).

A dificuldade na obtenção de informações é maior em países com menor tradição no circuito de arte, por representarem economias periféricas em relação às economias mais consolidadas – sobretudo frente à posição dos EUA e países europeus como Inglaterra e Suíça – ou mesmo por terem iniciado recentemente uma participação mais consistente nas trocas globais do setor, não sendo assim devidamente considerados nesses estudos. Essa dificuldade se aplica ao Brasil, já que a produção de relatórios sobre o circuito de arte nacional é pequena e inconstante, dificultando uma análise real e sistemática do mercado de arte brasileiro, seja em relação às galerias, feiras ou leilões. Sobre essa situação, Fialho (2005) comenta que

---

[14] Certain art journalists and magazines thus have the power to frame an artist's work or a gallery's programme within a national or international art discourse, which of course assists the gallery in creating reputational value for itself and its 'stable' of artists (JANSSON, 2015, p. 11).

> De forma geral, pouco se sabe e muito se especula a respeito da inserção da arte brasileira nos circuitos internacionais. A inexistência de uma fonte centralizada de informações sobre a cotação, em termos econômicos e simbólicos da arte brasileira acaba gerando uma miríade de informações fragmentadas, facilmente manipuláveis e que podem dar margem de erro (FIALHO, 2005, s/n).

Algumas publicações anuais oferecem análises sobre o mercado de arte global, avaliando por exemplo os valores envolvidos nos grandes leilões e feiras internacionais de grande reputação. Entre as publicações mais conhecidas, estão o relatório anual da The European Fine Art Foundation, feira holandesa de artes e antiguidades conhecida como TEFAF; o relatório Art Basel & UBS Report, iniciativa do banco suíço UBS em conjunto com a feira de arte suíça Art Basel; o relatório Artprice, da plataforma francesa homônima desenvolvido em parceria com a iniciativa chinesa Artron, plataforma de serviços para artistas, colecionadores e instituições relacionadas a arte na China; e o relatório Art & Finance Report, organizado pela consultoria londrina ArtTactic.

Além dos relatórios sobre o mercado de arte, alguns meios ligados ao circuito publicam índices de artistas e colecionadores, baseados em metodologias próprias de ranqueamento. Entre eles estão o Kunstcompass e o índice Top 500, que avaliam os melhores artistas do ano, e a publicação conhecida como Top 200, comentada no item anterior, que divulga uma lista anual dos maiores colecionadores de arte do ano e suas preferências estéticas.

Tendo em conta a origem dos principais relatórios e indicadores, voltados, sobretudo, aos países centrais, especialmente Estados Unidos, Inglaterra, França, Alemanha e Suíça, é necessário refletir como contribuem para a consolidação da reputação dos mesmos no circuito de arte global e estabelecem hierarquias. Acerca disso, Quemin (2014) se posiciona apontando que

> Se a internacionalização é incontestável, deve-se, contudo, evitar a conclusão apressada do desaparecimento do fator nacional ou geográfico: as hierarquias entre os países estão longe de desaparecer ao menos no domínio artístico, e os efeitos de intercâmbio desigual e de dominação continuam, ainda hoje, muito presentes (QUEMIN; FIALHO; MORAES, 2014, p. 28).

Por tanto, a produção e a divulgação das informações contidas nessas publicações devem ser consideradas para análise do circuito de arte, incluindo fatores como os países onde são produzidas e sua fonte de financiamento. Este é realizado, muitas vezes, por instituições privadas ligadas ao circuito, como bancos e seguradoras, retomando assim a presença das corporações empresariais no circuito de arte. Daí essas informações

servirem como ferramentas estratégicas para determinados agentes, veiculando dados que contribuem de alguma forma para sua promoção. Assim, a produção de publicações cuja função está em avaliar o mercado de arte, seja a partir da figura dos artistas mais vendidos ou melhor cotados, das casas de leilões com maior quantidade de vendas ou dos países com maior participação no mercado de arte global, por exemplo, requer atenção. Cabe-nos refletir, então, de que forma essas publicações podem influenciar o circuito de arte.

1.3.1 Relatórios de mercado

Os relatórios de mercado de arte organizam dados como valores totais negociados em leilões e no mercado de arte de forma geral; a participação dos países no mercado de arte; os países de maior confiança para investimento em obras de arte e as correntes artísticas mais vendidas no mercado. Os dados apresentados variam, podendo voltar-se, por exemplo, para leilões, ou abarcar o mercado de forma mais abrangente, incluindo vendas em galerias e feiras. De formatos diferentes, os relatórios possuem em comum a veiculação de informações para auxiliar sobretudo a ação dos colecionadores de arte.

O relatório da The European Fine Art Foundation, conhecido como TEFAF, é uma iniciativa da feira homônima de origem holandesa, realizada anualmente na cidade de Maastricht, e também na cidade de Nova York, nos Estados Unidos. Até o ano de 2016, o relatório TEFAF era elaborado pela consultoria de arte Art Economics, da Irlanda, dirigido pela economista Clare McAndrew. Em 2017, o relatório passou a ser realizado pela economista Rachel Pownall, da School of Business Economics da Universidade de Maastricht.

Até a edição do ano de 2016, o relatório TEFAF Art Market Report trazia informações sobre o mercado de arte global, sugerindo rankings entre os países em relação às vendas globais do setor, no mercado de leilões e galerias de arte. Na nova edição, intitulada Art Dealer Finance, o relatório abarcou questões financeiras relacionadas aos comerciantes de arte, a partir de entrevistas com galeristas participantes das feiras TEFAF e instituições financiadoras, como bancos.

O relatório Art Basel & UBS Report é uma iniciativa do banco UBS e da feira Art Basel, ambos da Suíça. A partir do ano de 2017, o relatório passou a ser realizado pela consultoria Art Economics, sob a direção da economista Clare McAdrew, que até então elaborava o relatório sobre o mercado de arte encomendado pela TEFAF, sugerindo por

isso uma competição entre as duas iniciativas (SHAW; HANSON, 2017). O relatório abrange mais aspectos do circuito, já que apresenta dados referentes às vendas em galerias, leilões e feiras de arte.

O relatório da consultoria francesa Artprice, que a partir de 2012 passou a ser publicado em parceria com a consultoria chinesa Artron, apresenta uma análise do mercado de arte voltada aos leilões, apresentando um ranqueamento dos países com maior participação nesse mercado. No mesmo relatório a consultoria apresenta um ranqueamento dos artistas melhor avaliados no mercado de arte, lista conhecida como Top 500.

O relatório Art & Finance Report é escrito pela consultoria ArtTactic, sediada em Londres, e financiado pela empresa de auditoria e consultoria Deloitte, de Luxemburgo. Diferente dos demais relatórios, este se ocupa especificamente de questões financeiras relacionadas ao mercado de arte e voltadas aos colecionadores, oferecendo informações, por exemplo, sobre melhores países para investir em arte.

O relatório Online Art Trade Report, comentado no tópico 1.1, também é escrito pela consultoria ArtTactic, e financiado pela empresa de seguros Hiscox, sediada em Bermudas. Esse relatório trata especificamente da análise das vendas de casas de leilão e de galerias de arte através da internet. Assim como outros relatórios que também analisam o mercado de arte online, o Online Art Trade Report aponta para o grande crescimento das vendas pela internet nos últimos anos.

O quadro 5 sintetiza as informações sobre a origem e ramo de atividade econômica dos autores dos relatórios de mercado de arte, assim como a origem e o ramo de atividade econômica de seus financiadores[15].

[15] Alguns autores de relatórios sobre o mercado de arte são consultorias especializadas em arte, daí a classificação "consultoria em arte". Segundo artigo da Deloitte Luxemburgo, "Art as na investment", financiadora do relatório Art & Finance, os serviços de consultoria de arte incluem: pesquisa em arte, como análises históricas, autenticidade, informações sobre mercado e pesquisas de preços; transações, como compra, venda e representação de interesses; gestão de arte, como avaliação, seguro, armazenamento, transporte, assessoria e gestão de cobranças; e também serviços como planejamento de heranças, criação de fundações artísticas para coleções etc.

Quadro 5 – Origem e financiamento dos relatórios sobre mercado de arte

Relatório	Autores			Financiadores		
	Instituição	Ramo	País	Instituição	Ramo	País
Art & Finance	ArtTactic	Consultoria em arte	Inglaterra	Deloitte Luxemburgo	Consultoria e auditoria	Luxemburgo
Artprice Report	Artprice e Artron	Consultoria em arte	França/China	Artprice e Artron	Consultoria em arte	França/ China
Online Art Trade Report	ArtTactic	Consultoria em arte	Inglaterra	Hiscox	Seguradora	Bermudas/ Reino Unido
TEFAF Report	Universidade de Maastrich	Universidade	Holanda	TEFAF	Feira de arte	Holanda
UBS Report	Art Economics	Consultoria em arte	Irlanda	Banco UBS/Feira Art Basel	Banco/Feira de arte	Suíça

Fonte: Elaboração própria a partir de dados apresentados nos relatórios Art & Finance (2017), Artprice Report (2018), Online Art Trade Report (2017), TEFAF Report (2018) e UBS Report (2018).

A partir do quadro, é possível notar o interesse das corporações empresariais no circuito de arte, como consultorias, bancos e seguradoras. Ao financiar a produção de informações sobre o circuito de arte, as corporações têm interesse na oferta de serviços relacionados ao circuito, entre eles o fornecimento de seguros para obras de arte e o gerenciamento de riquezas de colecionadores.

O relatório Art & Finance Report do ano de 2017 associa o crescimento dos valores negociados no mercado de arte ao crescimento da população de bilionários, e o consequente aumento do número e diversidade de serviços voltados a essa parcela da população:

> A crescente demanda dos clientes por investimentos de luxo e aumento do engajamento filantrópico terá implicações para o setor de gestão de fortunas nos próximos anos e, como confirmam os resultados do relatório, já estamos começando a ver mais gestores de patrimônio adotando uma abordagem proativa a esses tipos de "investimento pessoal" (ART&FINANCE REPORT, 2017, p. 55)[16].

[16] Growing client demand for luxury investments and rising philanthropic engagement will have implications for the wealth management sector in the coming years, and as the findings in this report confirm, we are already starting to see more wealth managers taking a proactive approach to these types of "personal investment." (ART&FINANCE REPORT, 2017, p. 55).

Segundo o relatório Wealth-x Billionaire Census 2018, que avalia a população conhecida como bilionária[17], a arte compõe um dos interesses desse grupo. A tabela 7 indica, em porcentagem, os "interesses, paixões e hobbies" da população bilionária, trazida pelo relatório Wealth-x Billionaire Census de 2018.

Tabela 7 – Interesses, paixões e hobbies da população bilionária

Interesses, paixões e hobbies	%
Negócios	58,9%
Filantropia	50,7%
Esportes	43,7%
Aviação	27,8%
Finanças	26,2%
Política	24,9%
Arte	22%
Educação	21,5%
Outdoors	18,2%
Imóveis	17,4%

Fonte: Wealth-x Billionaire Census Report, 2018.

Segundo os dados apresentados, a arte representa o interesse de 22% da população bilionária mundial. Assim, algumas corporações procuram oferecer serviços de consultoria em arte, para auxiliar as compras, manutenção e vendas de obras de arte. O financiamento de relatórios sobre o mercado de arte sugere uma forma de divulgar e promover esses tipos de serviços.

Além da participação das corporações empresariais nos relatórios sobre o mercado de arte, é possível notar a concentração da produção de informações em poucos países. Todos os relatórios apresentados são feitos no continente europeu, em países de grande participação no circuito de arte internacional, e apenas um deles utiliza dados de origem chinesa. Junto a isso, é interessante observar as diferenças entre os dados fornecidos pelos relatórios.

A comparação entre os dados apresentados pelos relatórios é dificultada pela restrição das informações apresentadas. O relatório Art & Finance, por exemplo, considera com detalhes apenas as casas de leilão mais tradicionais do circuito, sendo elas a Christie's, Sotheby's e Phillips, todas de origem inglesa. Essa situação inviabiliza a

[17] População conhecida pela classificação Ultra High-Net-Worth Individuals (UHNWI). Segundo o relatório Wealth-x Billionaire Census 2018, essa população foi contabilizada em 2754 indivíduos.

análise do panorama do mercado de arte global, já que reforça a posição de alguns países em detrimento da maioria, com menor participação no mercado de arte. A tabela 8 indica alguns dados extraídos dos relatórios citados. Por conta da restrição das informações apresentadas e a especialização em determinados mercados, como o de leilões ou o mercado online, alguns relatórios não apresentam dados para serem comparados na tabela.

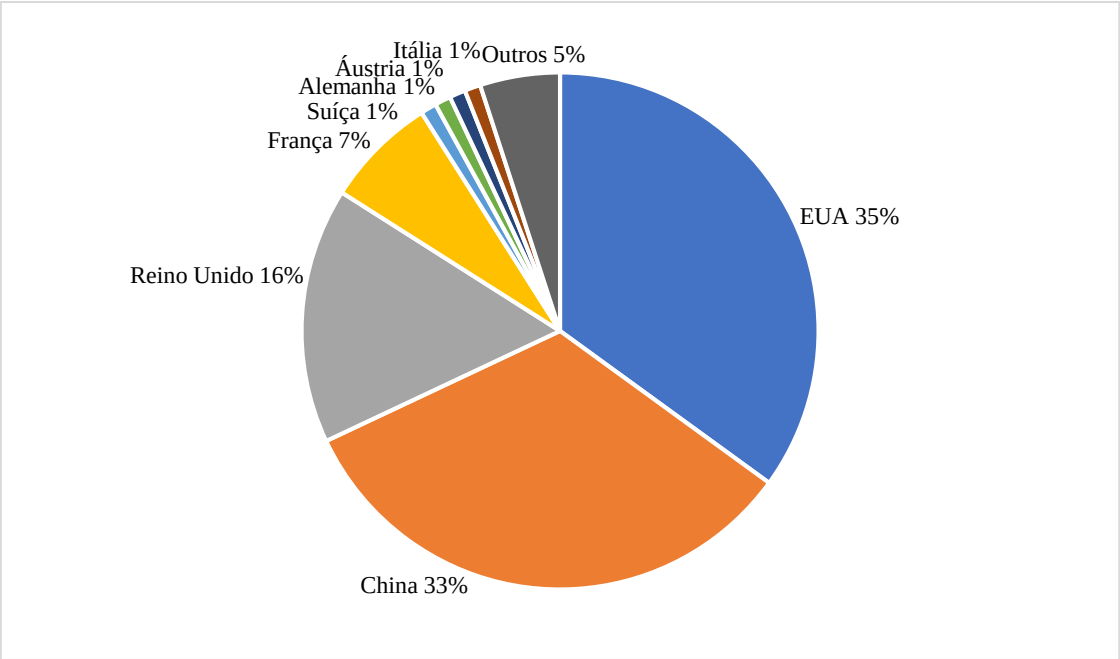
Tabela 8 – Comparação entre os valores (dólares) negociados em 2017 no mercado de arte segundo relatórios

Dados referentes ao ano de 2017	TEFAF	UBS	Artprice	Hiscox	Deloitte
Vendas totais	$45 bilhões	$56,6 bilhões	-	-	-
Crescimento do mercado em 2017	1,70%	-11%	-	-	-
Vendas em galerias	$27,9 bilhões	$32,5 bilhões	-	-	-
Vendas em leilões	$16,9 bilhões	$22,1 bilhões	$14,9 bilhões	-	-
Vendas online	-	$4,9 bilhões	-	$4,22 bilhões	-

Fonte: Elaboração própria a partir de dados apresentados nos relatórios Art & Finance (2017), Artprice Report (2018), Online Art Trade Report (2017), TEFAF Report (2018) e UBS Report (2018).

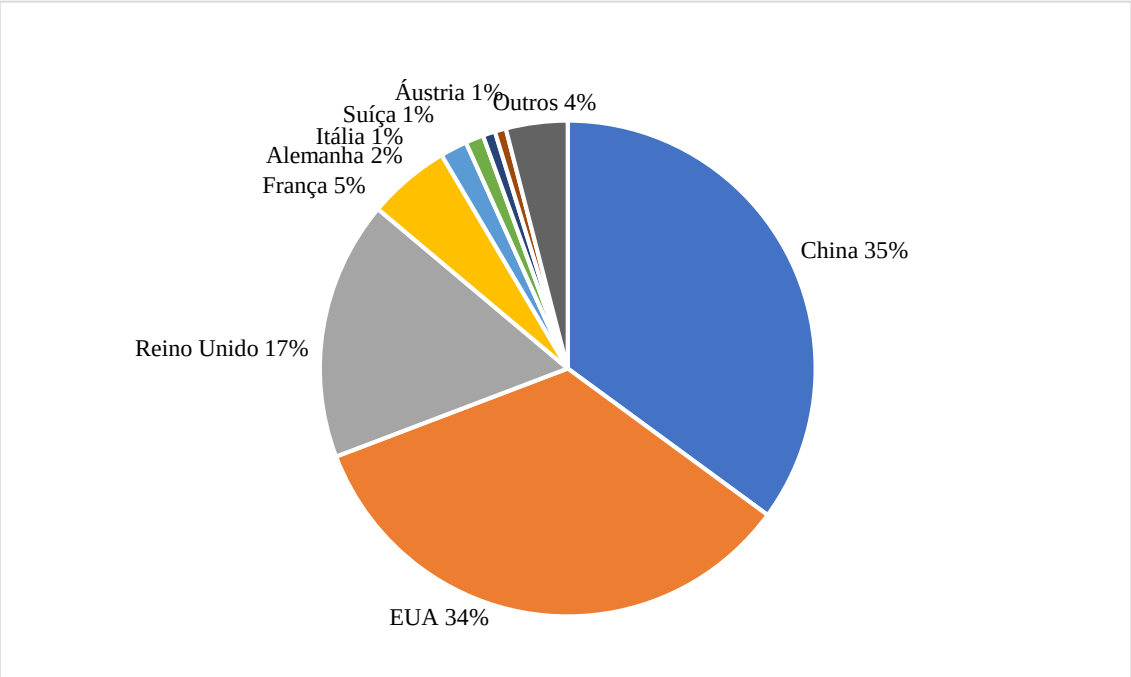
A partir da tabela, é possível notar a diferença entre as informações veiculadas, que levantam questões acerca da veracidade e fonte dos dados apresentados, e também sobre a hierarquização dos países no circuito de arte. Ao adotar uma metodologia e fonte próprias e selecionar alguns dados em detrimento de outros, por exemplo, os organizadores dos relatórios tendem a configurar informações acerca do mercado de arte que contribuem mais ou menos para a visibilidade de determinados países. É interessante observar, por exemplo, os valores negociados em leilões trazidos pelos relatórios UBS e Artprice. No balanço referente ao ano de 2017, as respectivas iniciativas apresentaram a distribuição dos valores negociados entre os países ilustrados a seguir, nos gráficos 1 e 2.

Gráfico 1 – Percentual de valores negociados em leilões em 2017 segundo relatório UBS



Fonte: UBS Report (2018). Adaptado.

Gráfico 2 – Percentual de valores negociados em leilões em 2017 segundo relatório Artprice



Fonte: Artprice Report (2018). Adaptado.

De acordo com o relatório UBS, o valor total das vendas em leilões foi de $22,1 bilhões de dólares, sendo os EUA o país com maior participação nas vendas,

representando 35% das mesmas, seguido pela China, com 33%. Já o relatório Artprice, feito em parceria com a consultoria chinesa Artron, estima que as vendas em leilões tenham somado $14,9 bilhões de dólares, sendo a China o país com maior participação, com 35% das vendas, seguida pelos EUA, com 34%. Esses dois relatórios ressaltam a participação dos EUA e China no mercado de leilões, já que, juntos, esses dois países somam dois terços das vendas. Contudo, há uma diferença que, embora pequena, altera a posição do país que lidera as vendas em leilão, disputada por EUA e China.

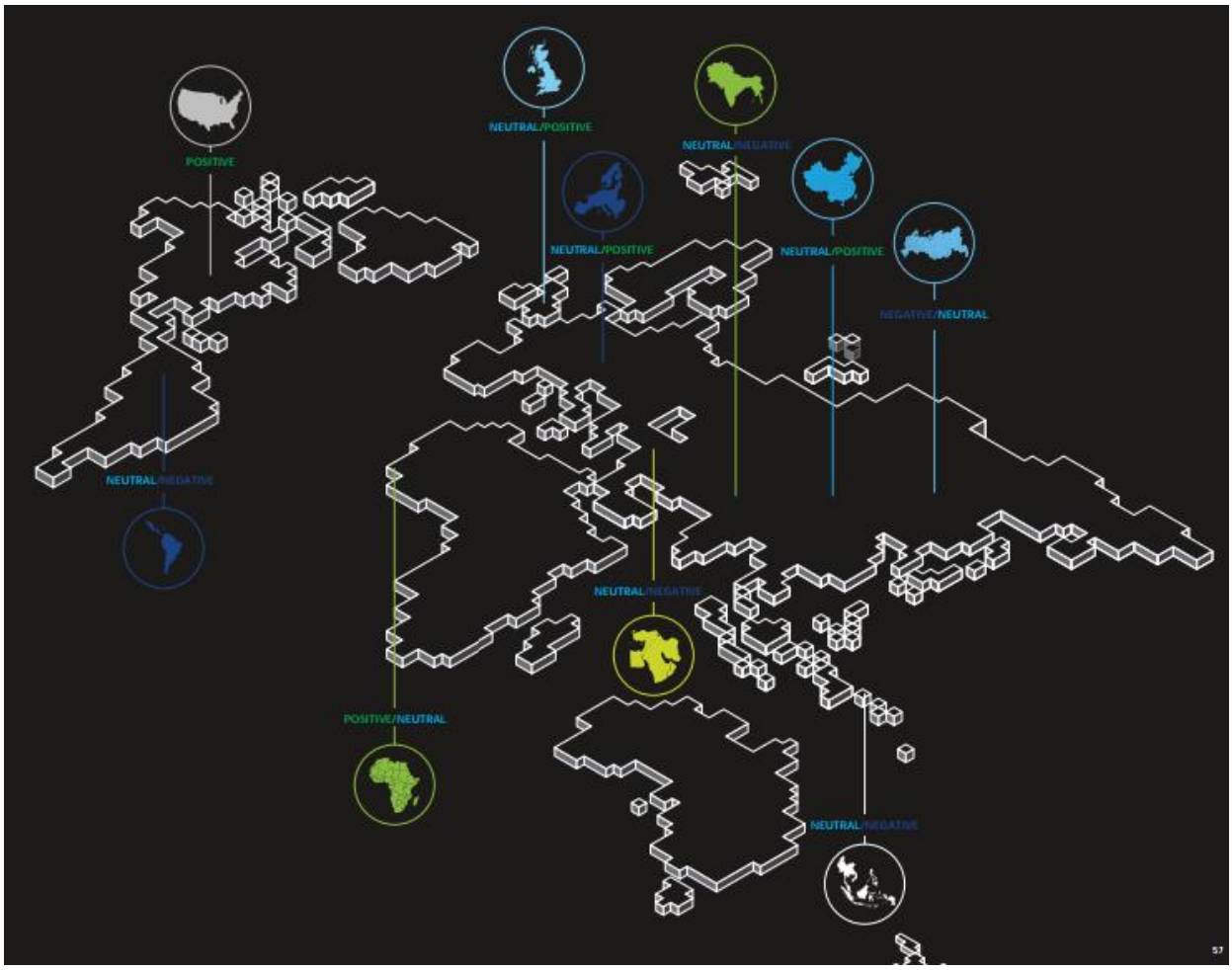
Chama a atenção a participação chinesa no mercado de arte global. Sobre isso, Quemin (2014) comenta que essa participação está centrada sobretudo em leilões, e que o país não tem participação considerável nas bienais e feiras, tendo, assim, que limitar o sucesso da atuação chinesa no circuito de arte. Isso reforça a ideia de como outros agentes e eventos são importantes para o circuito de arte, como exposições e feiras.

O relatório Art & Finance de 2017, ao analisar o que denomina como as dez regiões do mercado de arte - EUA, Reino Unido, Europa, China, Oriente Médio, Sul da Ásia, América Latina, Sudeste Asiático, Rússia e África - propõe um cenário para ilustrar aquelas que apresentam melhores condições para investimento em arte, classificando-as como positivas, neutras ou negativas (figura 3). Segundo o relatório,

> Em um ano de choques políticos e incertezas econômicas, os mercados de arte moderna e contemporânea do mundo registraram uma contração anual nas vendas de leilões de 32,2%, predominantemente liderada pela queda nos EUA e no Reino Unido no mercado de arte do pós-guerra e contemporânea. Espelhando o cenário global volátil, havia diferenças regionais marcantes nos mercados de arte moderna e contemporânea. Entre os 10 mercados regionais de arte moderna e contemporânea monitorados neste relatório, dois - o Oriente Médio e a África - registraram um aumento nas vendas de leilão em 2016. Em contraste, 2016 foi um ano difícil para os mercados de arte contemporânea dos EUA, Reino Unido e Europa, que sofreram quedas de dois dígitos nas vendas em leilão, embora estes mercados tenham sido os mais rápidos a recuperar nos primeiros seis meses de 2017. Em outros lugares, a imagem foi silenciada, com as vendas de leilão em queda na China, Sul e Sudeste Asiático e América Latina (ART & FINANCE REPORT, 2017, p. 56, tradução nossa)[18].

[18] In a year of political shocks and economic uncertainty, the world's modern and contemporary art markets saw an anual contraction in auction sales of 32.2 percent, predominantly led by the fall in the US and the UK post war and contemporary art market. Mirroring the volatile global backdrop, there were marked regional diferences in the modern and contemporary art markets. Among the 10 regional modern and contemporary art markets monitored in this report, two—the Middle-East and Africa—recorded an increase in auction sales in 2016. In contrast, 2016 was a difficult year for the US, UK, and European contemporary art markets, which suffered double-digit falls in auction sales, although these markets have been the fastest to rebound in the first six months of 2017. Elsewhere, the picture was muted, with auction sales edging

Figura 3 – Perspectiva para o mercado de arte para o 2° semestre de 2017 e 1° semestre de 2018, segundo o relatório Art & Finance (2017)



Fonte: Art & Finance Report (2017).

A partir da figura, nota-se que a melhor região para investimento corresponde aos EUA, única classificada como positiva, embora tenha registrado contração nas vendas, conforme o trecho citado acima. As demais regiões foram classificadas como positivas/neutras, neutras/positivas, neutras/negativas ou negativas/neutras. É importante considerar que as análises para algumas regiões, como a América Latina, são feitas a partir das vendas das principais casas de leilão da cidade de Nova York, nos EUA: Sotheby's, Christie's e Phillips. Assim, os dados que embasaram as avaliações são restritos, por vezes não correspondendo ao mercado total.

lower in China, South Asia, Southeast Asia, and Latin America (ART & FINANCE REPORT, 2017, p. 56).

1.3.2 Rankings de artistas

Anualmente, são publicados indicadores dos melhores artistas, divulgados em meios de difusão de informações relacionados ao circuito de arte. Entre eles, estão o Kunstcompass e a lista conhecida como Top 500. Esses indicadores periódicos constituem dados importantes para a análise do circuito de arte, já que tem como objetivo reduzir a incerteza do valor das obras e compõe o processo de consagração dos artistas (QUEMIN, 2017).

O Kunstcompass foi o primeiro ranqueamento de artistas elaborado, publicado a partir de 1970 na revista alemã Capital, trazendo os 100 artistas contemporâneos vivos mais bem cotados no mercado internacional. Além desse ranqueamento, a revista também elabora outros dois, sendo eles “Stars of Tomorrow”, com artistas que tiveram grande destaque no ano, e a “The Immortals”, que traz os artistas já falecidos cujas obras continuam visadas no circuito. A primeira publicação desse índice coincide com o surgimento da arte contemporânea como categoria (QUEMIN, 2017). Para elaboração do ranqueamento dos melhores artistas, são considerados

> exposições individuais em mais de 300 museus internacionais de prestígio como o Guggenheim em Nova York; participação em mais de 100 exposições coletivas por ano, como a Bienal de Veneza; comentários em revistas de arte de renome, como "Art in America"; compras de museus conhecidos como o *Centre Pompidou* em Paris; honras com prêmios como o Turner Prize em Londres; bem como esculturas de instalações ao ar livre (CAPITAL, 2017).

Assim, os dados considerados para a elaboração do ranqueamento não incluem valores alcançados nas obras, mas a participação dos artistas no circuito de arte em geral, sobretudo em museus. No quadro 6 é possível visualizar os 10 primeiros artistas da lista e suas posições no ranqueamento nas edições de 2016 e 2017.

Quadro 6 – Origem e posição dos 10 primeiros artistas da lista Kunstkompass de 2016 e 2017

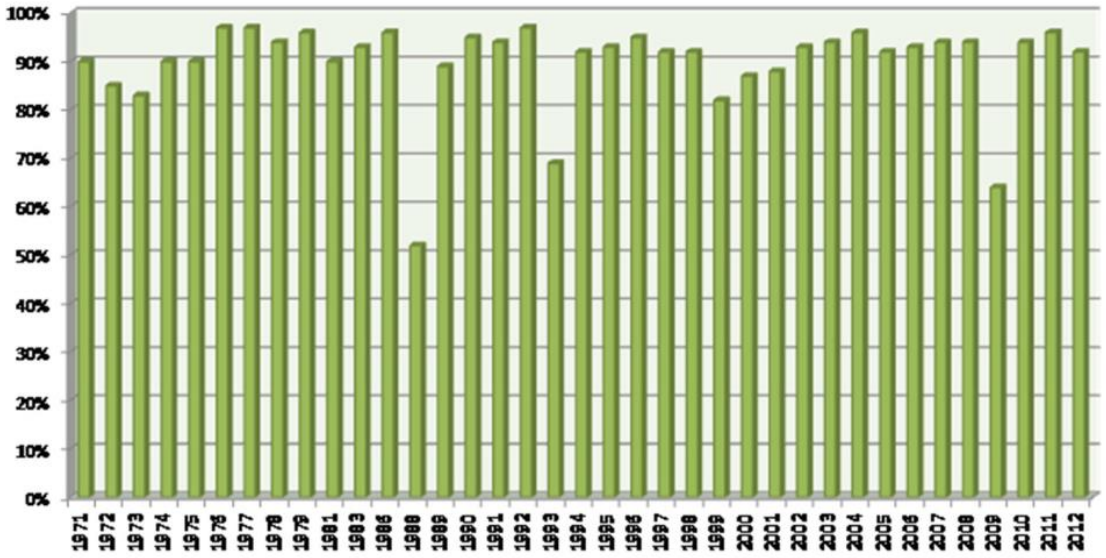
2017	2016	Artista	País de origem
1	1	Gerhard Richter	Alemanha
2	2	Bruce Nauman	EUA
3	3	Rosemarie Trockel	Alemanha
4	4	Georg Baselitz	Alemanha
5	5	Cindy Sherman	EUA
6	6	Anselm Kiefer	Alemanha
7	7	Olafur Eliasson	Dinamarca
8	8	William Kentridge	África do Sul
9	10	Tony Cragg	Reino Unido
10	9	Richard Serra	EUA

Fonte: Revista Capital (2017).

A partir do quadro, a Alemanha tem o maior número de artistas, com 4, inclusive o primeiro lugar, seguida pelos EUA. As edições de 2016 e 2017 continuam praticamente iguais, com a troca de posições entre dois artistas, dos EUA e Reino Unido. Considerando a lista completa, 28 artistas têm origem alemã, 25 são dos EUA e 12 do Reino Unido (Capital, 2017). Assim, 65% da lista é composta por artistas oriundos de três países, sendo eles Alemanha, EUA e Reino Unido.

Ao analisar o índice Kunstkompass entre os anos de 1971 a 2012, Quemin (2017) observou uma taxa de permanência de artistas na lista. Em geral, mais de 90% dos artistas que estão listados em um ano já estavam presentes no ranking do ano anterior. O gráfico 3, elaborado pelo autor, indica a participação dos artistas que já estavam apontados na edição anterior do Kunstkompass.

Gráfico 3 – Participação de artistas que já estavam presentes na edição anterior do Kunstkompass, entre 1971 a 2012



Fonte: Quemin (2017).

A elevada taxa de permanência observada pode ser considerada para o entendimento de como esse tipo de indicador contribui para reforçar a legitimidade dos artistas. Além disso, sugere a presença de hierarquias, também existentes em outros aspectos do circuito de arte, uma vez que os melhores artistas avaliados reiteram a posição de seus respectivos países de origem no circuito. Assim, a Alemanha, país onde é elaborada a lista Kunstkompass, tem destaque não só em relação à primeira posição, como também ao conter mais artistas no índice.

O índice Top 500 consiste em um ranqueamento organizado pela consultoria francesa Artprice, em parceria com a consultoria chinesa Artron, publicado junto ao relatório sobre o mercado de arte das mesmas iniciativas. Diferente do Kunstkompass, o Top 500 é elaborado com base em leilões, ranqueando os artistas que alcançaram os maiores preços, vivos ou não. Considera um maior espaço amostral, já que elenca 500 posições, diferente das 100 do índice alemão. O quadro 7 traz os primeiros 10 artistas do ranqueamento correspondente ao ano de 2017, junto ao seu país de origem.

Quadro 7 – Origem e posição dos 10 primeiros artistas da lista Top 500, referente a 2017

Posição	Artista	País de origem
1	Leonardo da Vinci	Itália
2	Pablo Picasso	Espanha
3	Jean-Michel Basquiat	EUA
4	Andy Warhol	EUA
5	Qi Baishi	China
6	Zhang Daqian	China
7	Claude Monet	França
8	Cy Twombly	EUA
9	Fu Baoshi	China
10	Zao Wou-Ki	China

Fonte: Artprice Report (2018).

É interessante observar a participação dos artistas de origem chinesa, que tiveram maioria na edição de 2017. Dos 10 primeiros artistas, quatro correspondem a chineses, e em segundo lugar estão os EUA, com três. A tabela 9 traz os 10 países com o maior número de artistas, referente ao ano de 2017, assim como a porcentagem que representam em relação ao total de artistas do índice.

Tabela 9 – Países com maior número de artistas na lista Top 500

País	N° de artistas	%
China	128	26,6%
Estados Unidos	78	15,6%
França	59	11,8%
Alemanha	34	6,8%
Itália	27	5,4%
Reino Unido	27	5,4%
Bélgica	13	2,6%
Rússia	11	2,2%
Suíça	11	2,2%
Japão	10	2%

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados do relatório Artprice Report (2018).

A China tem o maior número de artistas mais valorizados em leilões, representando 26,6% do total. Em menor número, EUA têm a segunda posição, representando 15,6%, e a França a terceira, com 11,8%. Assim, o índice Top 500 transmite outro cenário em relação ao circuito de arte, diferenciando-se daquele proposto pelo Kunstkompass e ressaltando a participação chinesa no mercado de leilões.

1.3.3 Relatórios sobre o Brasil

A produção de informações acerca do mercado de arte do Brasil e sua participação no mercado internacional é recente e inconstante. O único relatório sobre o tema é a Pesquisa Setorial do Projeto Latitude, publicado entre os anos 2012 e 2016. Esse relatório foi realizado pela Associação Brasileira de Arte Contemporânea (ABACT) em associação com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (APEX), com o objetivo de levantar dados para medir o mercado de arte brasileiro e a participação brasileira no mercado internacional de arte através das galerias.

Os resultados foram publicados em relatório anual denominado "Pesquisa Setorial – O mercado de arte contemporânea no Brasil". As quatro primeiras edições foram coordenadas pela pesquisadora Ana Letícia Fialho. A última edição da pesquisa, publicada em 2016, foi elaborada pela empresa 3D3 Comunicação e Cultura. Os relatórios trazem dados sobre as galerias de arte que participaram da pesquisa, como número de obras vendidas no ano, quantidade de empregados por galerias, participação em feiras de arte e principais obstáculos para o desenvolvimento dos negócios.

Em artigo publicado na revista de arte Select em outubro de 2012, a autora das primeiras edições do relatório comentou sobre a importância desse tipo de pesquisa:

> A necessidade de mapear o setor resultou na realização de uma pesquisa inédita visando conhecer o perfil, o tamanho, o grau de profissionalização e internacionalização das galerias do mercado primário. Encomendada pela Associação Brasileira de Arte Contemporânea (ABACT) e o programa setorial integrado ABACT-APEX-Brasil, a pesquisa [...] aponta tendências e começa a jogar luz sobre um setor que, costumava-se acreditar, operava de forma pouco transparente, muitas vezes na informalidade e jamais revelava os segredos de seus negócios (FIALHO, 2012).

A ausência de um relatório para os anos de 2017 e 2018 retoma questões como a falta de transparência levantada pela autora e dificulta um real dimensionamento sobre o circuito de arte no Brasil, assim como sua participação no circuito de arte internacional.[19]

1.3.4 O papel dos relatórios e indicadores na criação de hierarquias no circuito de arte

A inconstância e a seletividade das informações apresentadas pelos relatórios dificultam um real conhecimento sobre o circuito de arte. Em relação aos índices de

[19] O relatório do Projeto Latitude será comentado no tópico 3.3, "A participação brasileira no circuito de arte internacional".

artistas, cada um segue determinadas orientações para organizar as posições, e a análise desses dois ranqueamentos indica que a escolha das variáveis consideradas não se dá de forma aleatória. Conforme comentado anteriormente, a lista Top 500, por exemplo, representa a iniciativa de consultorias de origem francesa e chinesa, Artprice e Artron respectivamente, e a participação positiva desses dois países no mercado de leilões reforça a consideração dessa variável para elaboração do índice.

Portanto, a origem desses estudos de mercado e dos ranqueamentos de artistas também deve ser considerada para uma melhor compreensão do circuito de arte. Apesar das particularidades consideradas por cada índice, é notável que indicam certa homogeneidade, e, sobretudo, ressaltam as hierarquias observadas em outros aspectos do circuito. Os países que lideram as vendas de obras de arte, que possuem mais feiras e exposições[20], coincidem com os artistas mais bem avaliados, por exemplo. Essa situação, longe de ser aleatória, é sintomática do funcionamento do circuito. Assim, os relatórios e indicadores servem como dispositivos que reafirmam as posições e papéis dos territórios no circuito de arte.

Tendo em conta as características, fontes de dados e divergências apresentadas entre os relatórios sobre mercado de arte, evidencia-se no circuito de arte uma produção de informações que tende a valorizar determinados lugares em detrimento de outros. Daí concordarmos com Santos (2012 [1996], p. 203), ao afirmar que "as informações que constituem a base das ações são seletivas, buscando incidir sobre os lugares onde se possam tornar mais eficazes". Nesse sentido, países como EUA, Alemanha, Inglaterra, França e Suíça têm posições reafirmadas no circuito, já que as informações veiculadas tendem a fortalecer e aumentar sua capacidade de influência.

Também, os relatórios de mercado e índices de artistas evidenciam, além das casas de leilão, galerias e feiras – onde se dão as vendas – a importância de outros integrantes do circuito de arte, como museus e grandes exposições. O relatório Art & Finance, por exemplo, ressalta o aumento do número de grandes exposições no sul da Ásia, fato que tem contribuído para a maior participação da região no mercado de arte global (ART & FINANCE, 2018). Segundo o relatório Artprice de ano de 2018, o crescimento do número de museus tem contribuído para o crescimento do mercado de arte e compõe a chamada indústria museística:

[20] As feiras e exposições serão comentadas mais adiante, no capítulo 2.

> Com mais de 700 novos museus por ano, esta indústria tornou-se uma realidade econômica global do século XXI. Entre 2000 e 2014, mais museus foram construídos do que nos séculos XIX e XX juntos. Essa indústria que devora peças de museu é um dos principais fatores que explicam o crescimento espetacular do mercado de arte. O museu tornou-se, com efeito, a catedral do nosso tempo, e é hoje um ponto de encontro para indivíduos de diferentes gerações e mídias sociais, todos em busca da singularidade que as obras de arte oferecem em face da normalização de todos os bens (ARTPRICE ART MARKET REPORT, 2018, s/n, tradução nossa)[21].

Assim, as informações veiculadas pelos relatórios são, sobretudo, informações geográficas (SILVA, 2001). Promovem o circuito de arte como um todo, reafirmando a importância de outros agentes além daqueles que se ocupam diretamente das vendas de obras de arte, e agem de forma a criar e reforçar as posições dos diferentes países, estabelecendo tendências e hierarquias.

1.4 Eventos do circuito: exposições e feiras

Os eventos, tais como feiras e exposições, têm sido estudados nas ciências econômicas e sociais como uma forma de organização espacial – propositalmente temporária – que propõe dinâmicas específicas de negociação e troca de conhecimentos. Diferentes abordagens teóricas auxiliam a reflexão sobre os eventos, como clusters temporários (MALKELL et al., 2006), clusters cíclicos (POWER; JANSSON, 2008) e eventos de configuração de campo (MEYER et al., 2005; LAMPEL; MEYER, 2008).

Além disso, essas propostas retomam discussões acerca da importância do contato face-a-face (STORPER; VENABLES, 2003; MASKELL et al., 2006) para alguns tipos de comércio, auxiliando o entendimento sobre as especificidades e o papel desses eventos para diversos ramos, inclusive para o circuito de arte. Nesse item, abordaremos os eventos de forma teórica, trazendo alguns conceitos e propostas que procuram explicar sua função e modo de organização, e discutiremos os eventos do circuito de arte a partir dessas contribuições teóricas, que facilitam a compreensão não só dos eventos em si, mas

[21] Con más de 700 museos nuevos al año, esta industria se ha convertido en una realidad económica mundial del siglo XXI. Entre 2000 y 2014 se construyeron más museos que en los siglos XIX y XX juntos. Esta industria devoradora de piezas de museo es uno de los principales factores que explican el espectacular crecimiento del Mercado del Arte. El museo se ha convertido, en efecto, en la catedral de nuestra época, y es hoy un punto de encuentro de individuos provenientes de distintas generaciones y medios sociales, todos ellos en busca de la singularidad que las obras de arte ofrecen frente a la normalización de todos los bienes (ARTPRICE ART MARKET REPORT, 2018, s/n).

também de todo o circuito. Depois, os eventos do circuito de arte serão mais aprofundados.

1.4.1 Feiras e exposições: uma abordagem teórica

Entre as abordagens teóricas sobre os eventos, Maskell et al. (2006) analisam feiras e exposições inseridas no contexto da Indústria de Encontros, Incentivos, Conferências e Feiras[22] a partir da noção de clusters temporários ou redes nodais temporárias. Segundo os autores, duas dimensões se estabelecem nos clusters temporários: a dimensão vertical, onde se dá a interação com fornecedores e clientes, que possibilita um rico processo de conhecimento; e a dimensão horizontal, onde se dá a interação entre empresas concorrentes, que por sua vez possibilita observação e comparação de produtos e estratégias.

Assim, os clusters temporários promovem uma rica oportunidade de trocas de informações entre fornecedores, vendedores e clientes, consistindo em momentos importantes principalmente para as empresas. Estas podem comparar seus produtos com concorrentes e atrair novos clientes, otimizando sua atuação. Por isso, os clusters temporários teriam como função complementar os clusters permanentes (MASKELL et al., 2006).

Jansson e Power (2008, p. 425, tradução nossa), ao analisar as feiras de design na Suécia, descrevem esse tipo de evento como "espaços, ainda que por pouco tempo, onde diferentes atores se reúnem em um só lugar [...], onde os visitantes e os expositores veem a sua presença como investimentos estratégicos cruciais para os quais esperam um retorno"[23]. Os autores enquadram as feiras como clusters cíclicos, já que elencam um ciclo contínuo de eventos. Dessa forma, apontam que "as empresas podem se beneficiar plenamente dos espaços funcionais que as feiras oferecem somente se, continuamente ao longo do tempo e em múltiplos eventos, participarem do ciclo de feiras" (JANSSON; POWER, 2008, p. 427, tradução nossa)[24]. Ainda, consideram as feiras como múltiplos espaços sobrepostos. Em suas palavras,

---

[22] Indústria conhecida como M.I.C.E (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions).

[23] Trade fairs are spaces, albeit for a short time, where different actors come together in one place. They are spaces where visitors and exhibitors alike view their presence as crucial strategic investments for which they expect a return (JANSSON; POWER, 2008, p. 425).

[24] [...] firms can fully access and benefit from the functional spaces that trade fairs offer only if they continuously, over time and at multiple events, engage in the trade-fair cycle (JANSSON; POWER, 2008, p. 427).

> [...] embora as feiras ocupem um só espaço, elas consistem em muitos espaços relacionados, mas separáveis. De acordo com suas motivações, você pode se engajar em certos espaços e ignorar os outros. Em grandes eventos, é provável que haja muitos desses espaços que se sobreponham uns aos outros (JANSSON; POWER, 2008, p. 425, tradução nossa).[25]

Essa sobreposição é, assim, resultado do encontro de atores de diferentes origens, que utilizam o evento da forma que se apresentar mais vantajosa, estabelecendo contatos, fechando acordos e negócios. Como clusters cíclicos, as feiras são geralmente organizadas em espaços destinados a eventos temporários, de tal forma que podem ser reproduzidas e reencenadas ao longo do tempo, e estão interligadas dentro de um circuito global anual (JANSSON; POWER, 2008; POWER et al., 2014).

Os autores, retomando Bourdieu (1984; 1986), sugerem que as feiras permitem a criação de capital de rede e capital simbólico. O primeiro é criado a partir das oportunidades de conhecer pessoas novas e estabelecimento de contatos, facilitados nesses eventos. O capital simbólico, permeado por valores intangíveis, é possibilitado já que "feiras de negócios atraem considerável atenção profissional e da mídia, tornando-as espaços ideais para marketing e construção de marca" (JANSSON; POWER, 2008, p. 434, tradução nossa)[26]. Essa possibilidade de criação de capital de rede e capital simbólico, são, portanto, fatores que atraem as empresas a participar de eventos.

Nesse sentido, Power et al. (2014) argumentam que a repetição desses eventos – o que os caracteriza como clusters cíclicos, apoiados em espaços sobrepostos – indica que estão longe de ser considerados como exceções, mas sim como práticas comuns nos circuitos globais. Assim, embora esses eventos tenham curta duração, sua presença no ciclo de negócios tem consequências duradouras para o mercado. Em alguns tipos de indústrias, como a de automóveis e a indústria cinematográfica, os eventos têm ainda maior importância, já que "não são apenas pontos de encontro industriais regulares, mas também plataformas e canais de comunicação e transmissão de diferentes tipos de mensagens, marcas ou movimentos que os consumidores acompanham de perto" (POWER et al., 2014, p. 191, tradução nossa)[27]. Consideramos que o mesmo se aplica

---

[25] However, although fairs occupy one ground, they consist of many related but separable spaces. According to your motivations, you can engage in certain spaces and ignore others. At large events, there are likely to be many such spaces that overlap with each other (JANSSON; POWER, 2008, p. 425).

[26] Trade fairs attract considerable professional and media attention, making them ideal spaces for marketing and brand building (JANSSON; POWER, 2008, p. 434).

[27] Cycles of events in certain industries – from automobiles to flm – are not only regular industrial meeting points but also platforms and channels for communication and broadcasting different types of messages, brands or movements that consumers follow closely (POWER et al., 2014, p. 191).

aos eventos ligados ao circuito de arte, especificamente as exposições e feiras de arte internacionais.

Outra abordagem para o estudo de feiras constitui na proposta dos "Field-Configuring Events" (FCE), com origem nas ciências econômicas (MEYER et al., 2005; LAMPEL; MEYER, 2008), e que tem orientado estudos na geografia e nas ciências sociais em geral. Baseados na noção de campo organizacional – uma comunidade de organizações engajadas em atividades comuns, sujeitas a pressões regulatórias e de reputação semelhantes (DIMAGGIO; POWELL, 1983) – que surge quando "mudanças sociais, tecnológicas ou econômicas exercem pressão sobre as relações existentes e reconfiguram modelos de ação e estruturas sociais" (POWELL et al., 2005, p. 1134, tradução nossa)[28], os autores apontam os FCEs como

> organizações sociais temporárias, como feiras, encontros profissionais, concursos de tecnologia e cerimônias de negócios que unem e moldam o desenvolvimento de profissões, tecnologias, mercados e indústrias. São ambientes nos quais pessoas de diversas organizações e com diversos propósitos se reúnem periodicamente, ou em uma base única, para anunciar novos produtos, desenvolver padrões de mercado, construir redes sociais, reconhecer realizações, compartilhar e interpretar informações e realizar negócios (LAMPEL; MEYER, 2008, p. 1026, tradução nossa)[29].

Lampel e Meyer (2008) elencam seis características definidoras dos FCE: reúnem em um único local atores de diferentes áreas profissionais e geográficas; têm duração limitada; promovem oportunidades espontâneas de interação social; incluem atividades cerimoniais e dramatúrgicas; são ocasiões para troca de informações e tomada de consciência coletiva; e, por fim, geram recursos sociais e de reputação que podem ser implantados em outros lugares e para outros fins.

Assim, os FCE "são arenas nas quais as redes são construídas, cartões de visita são trocados, reputações são avançadas, negócios são fechados, notícias são compartilhadas, realizações são reconhecidas, padrões são estabelecidos e projetos são selecionados" (LAMPEL; MEYER, 2008, p. 1026, tradução nossa)[30]. Os participantes

---

[28] Fields emerge when social, technological, or economic changes exert pressure on existing relations and reconfigure models of action and social structures (POWELL et al., 2005, p. 1134).

[29] Field-Configuring Events (FCEs) are temporary social organizations such as tradeshows, professional gatherings, technology contests, and business ceremonies that encapsulate and shape the development of professions, technologies, markets, and industries (LAMPEL; MEYER, 2008, p. 1026).

[30] FCEs are arenas in which networks are constructed, business cards are exchanged, reputations are advanced, deals are struck, news is shared, accomplishments are recognized, standards are set, and dominant designs are selected (LAMPEL; MEYER, 2008, p. 1026).

investem na organização com a intenção de obter retornos futuros, e, junto a isso, aumentam a legitimidade institucional do campo (LAMPEL; MEYER, 2008).

Power et al. (2014) analisam os eventos a partir da proposta dos FCE para três áreas de pesquisa – gestão, administração e geografia econômica – com foco em feiras, congressos, exposições e festivais. Segundo os autores, a maior parte das indústrias modernas utilizam eventos como catalizadores de criatividade, inovação e empreendedorismo, o que explica o aumento do número de estudos sobre o tema.

Em relação à geografia econômica, os autores advogam que "o FCE é interessante para os geógrafos econômicos porque, como uma abordagem, ele contém um argumento explícito para incluir o espaço como parte elementar da explicação de ações e processos econômicos" (POWER et al., 2014, p. 192, tradução nossa)[31], o que não é feito nos estudos de gestão e administração, já que se concentram em noções simplistas de escala ou localização, não considerando de fato a dimensão espacial. Alertam, assim, para a necessidade de uma melhor teorização e operacionalização do espaço em relação ao FCE e ao estudo de eventos em geral: "o que falta são conceituações diferenciadas do espaço, compreensões diferenciadas da particularidade de lugares e percepções espaciais e compreensões da complexidade das escalas espaciais" (POWER et al., 2014, p. 193, tradução nossa)[32].

Os autores pontuam alguns fatores em relação à participação da geografia nos estudos sobre eventos. Em primeiro lugar, afirmam a necessidade de que a geografia estude eventos considerando a dimensão temporal por eles contida. Sugerem que os eventos permitem aos pesquisadores o foco em períodos em que mudanças industriais podem ser estudadas e analisadas, daí sua dimensão temporal. Em segundo lugar, os eventos contêm relações de poder que precisam ser investigadas, e a proposta do FCE favorece essa visualização ao questionar os objetivos das partes envolvidas. Em terceiro, consideram a ampla noção de "campo" contida no FCE – inclusive a de Bourdieu (1984), como cenário onde indivíduos e suas posições sociais são localizados e combatidos –

[31] FCE is interesting for economic geographers because as an approach it has explicitly contained a plea to include space as an elementary part of explaining economic actions and processes (POWER et al., 2014, p. 192).

[32] What is missing are differentiated conceptualisations of space, nuanced understandings of the particularity of places and spatial perceptions, and understandings of the complexity of spatial scales (POWER et al., 2014, p. 193).

como uma virtude por reconhecer a diversidade de atores, ações e relações que se dão nos eventos (POWER et al., 2014). Afirmam, assim, que

> Os geógrafos têm uma contribuição única para interpretações mais sutis e profundas da temporalidade e do poder, porque as relações e a distância são centrais aqui. Como os atores estão próximos, como os espaços e eventos estão conectados e como os espaços estão hierarquicamente relacionados são questões profundamente importantes e profundamente geográficas (POWER et al., 2014, p. 196, tradução nossa)[33].

Os eventos, portanto, têm um caráter espacial que deve ser levado em conta nos estudos. No caso dos FCE, estes alteram a dinâmica organizacional, impactando em determinada indústria, ditando novas tendências, novos modos de fazer, e, também, estabelecendo novas hierarquias em um determinado contexto espacial de variáveis múltiplas e constantemente disputadas e atualizadas. As possibilidades engendradas nos eventos, portanto, têm relação direta com essas condições espaciais, que retomam hierarquias determinantes e impactam em sua realização e resultados para os diversos participantes.

Moeran e Pedersen (2009) discutem os eventos – especificamente feiras e festivais culturais – a partir de uma perspectiva multidisciplinar, também respaldados pelo conceito de FCE (MEYER et al., 2005; LAMPEL; MEYER, 2008). Segundo os autores, esses eventos possuem algumas características em comum: são espacialmente delimitados, geralmente separados de seus arredores; temporariamente limitados em duração e regularidade, sendo as feiras mais curtas, de três a onze dias, e festivais, tais como exposições de arte, mais longos, podendo durar até três meses; socialmente delimitados, envolvendo grande número de pessoas estreitamente envolvidas na produção e serviços exibidos; e por fim, funcionalmente delimitados, servindo a propósitos estreitamente relacionados aos atores e agentes que participam desses eventos. Sobre esses últimos,

> Alguns vêm para negociar (comprar ou vender produtos expostos); outros para obter apoio financeiro para projetos; outros para construir ou manter relações e redes sociais; outros ainda se envolvem em alguma forma de gerenciamento de reputação, promovendo um produto, uma empresa, ou algum tipo de agenda política. Feiras e festivais também atraem outros tipos de participantes que não estão intimamente ligados à indústria em questão: por exemplo, organizações de mídia se reúnem

[33] Geographers have a unique contribution to make to more nuanced and profound understandings of temporality and power because relations an distance are central here. How actors are proximate, how spaces and events are connected, and how spaces are hierarchically related are profoundly important questions and profoundly geographic (POWER et al., 2014, p. 196).

> nesses eventos para obter ou criar uma boa história (MOERAN; PEDERSEN, 2009, p. 3, tradução nossa)[34].

Os autores sugerem que as pesquisas sobre feiras e eventos em geral compartilham uma preocupação, sintetizada na reflexão sobre até que ponto o que pode ser amplamente denominado como fenômeno cultural flexiona práticas econômicas e vice-versa. Nessa proposta discutem a formação do valor sugerindo que esse termo deve ser utilizado no plural. Afinal, são múltiplos os valores envolvidos nos eventos: "o processo de avaliação depende sempre de quem está avaliando o que para quem, quando, onde, como, por que e em que contexto" (MOERAN; PEDERSEN, 2009, p. 8, tradução nossa)[35]. Os eventos, assim, são lugares para "(re)promulgação" de arranjos institucionais de uma determinada indústria e para negociação e afirmação dos diferentes valores que sustentam, sendo eles o econômico, o social, o simbólico e o criativo.

Essa preocupação resgata de certa forma o que foi abordado por Power et al. (2014), e sugerimos que um fator decisivo para o entendimento dos eventos são as práticas espaciais que incluem, não apenas como mero fator de localização, mas como resultado de disputas de diferentes atores estabelecidos em diferentes lugares, com maior ou menor poder de influência e que impactarão decisivamente para a estipulação de valores, sejam eles econômicos, sociais, simbólicos ou criativos. Deve-se ter em conta, portanto, que

> as ações não de localizam de forma cega [...] O mesmo se dá com as instituições e infraestruturas. É esse o próprio princípio de diferenciação dos lugares, produzindo combinações específicas em que as variáveis do todo se encontram de forma particular (SANTOS, 1996 [2012], p. 125).

A partir disso, sugerimos aqui uma ampliação dessa preocupação comum para refletir sobre o circuito de arte: qual o papel dos lugares e dos territórios nessa formação de valores que acontece nos eventos? No circuito de arte, eles são mais ou menos considerados, contribuindo em maior ou menor grau para a formação de valores. Essa distribuição desigual acarretará no estabelecimento de hierarquias determinantes, definindo visibilidades, lucros e reputações em escala global.

---

[34] Some may come to trade (to buy or to sell products exhibited); others to obtain financial support for projects; others to build or maintain social relations and networks; yet others to engage in some form of reputation-management by promoting a product, a company, themselves, or some kind of political agenda. Fairs and festivals also attract other kinds of participants who are not closely linked to the industry concerned: for example, media organizations gather at such events in order to get or create a good story (MOERAN; PEDERSEN, 2009, p.3).

[35] the process of evaluation is always contingent on who is evaluating what for whom, when, where, how, why and in what context (MOERAN; PEDERSEN, 2009, p. 8).

Chegamos, assim, em nossa questão central: de que forma feiras e demais eventos do circuito de arte se dão como práticas espaciais, que realizando-se em lugares específicos influenciam reputações, valores e hierarquias? Tendo em conta que "cada lugar é uma combinação quantitativa e qualitativamente específicas de vetores" (SANTOS, 1996 [2012], p. 151), cabe-nos refletir qual a relação entre os eventos – especificamente aqueles que integram o circuito de arte – e os lugares em que se dão.

Nesse sentido, para refletir sobre os eventos do circuito de arte, associamos à essa noção o conceito de evento geográfico (SANTOS, 1996) e situação geográfica (SILVEIRA, 1999), enfatizando assim seu caráter espacial. Segundo Santos (2014 [2004], p. 158), "o mundo em movimento supõe uma permanente redistribuição dos eventos, materiais ou não, com uma valorização diferencial dos lugares"[36]. Assim, o evento geográfico consiste em um acontecimento que altera uma dinâmica organizacional específica, incluindo novos valores, e a própria dinâmica local, porque confere ao lugar novo conteúdo. Este, atualizado, consiste em uma nova situação geográfica.

Analisar os eventos do circuito de arte a partir do evento geográfico é enxergar os primeiros como agente de transformação espacial.

> Os eventos criam, de um lado, uma continuidade temporal, susceptível de ser cindida em períodos significativos e, de outro, uma coerência espacial que é dada pelos sistemas de eventos nos lugares. Constrói-se, a cada momento histórico, uma extensão dos fenômenos no lugar, que é uma manifestação da coerência do real (SILVEIRA, 1999, p. 22).

As feiras e demais eventos do circuito de arte não se organizam em determinados locais de forma aleatória. Sua localização é intencional, e além disso agem como transformadores do espaço, uma vez que sua realização leva à criação de situações. Para Silveira (1999), "a situação decorreria de um conjunto de forças, isto é, de um conjunto de eventos geograficizados, porque tornados materialidade e norma" (SILVEIRA, 1999, p. 22). Assim, os lugares se transformam em função da mudança de situação.

---

[36] Apoiado no evento enquanto categoria filosófica, Santos (2012 [1996]) distingue os eventos naturais dos eventos sociais ou históricos, em que os primeiros decorreriam do movimento da natureza e os segundos da ação humana. Ao se debruçar sobre o evento social, sinônimo de ação, o autor o explicita como evento geográfico, uma vez que "os eventos, as ações não se geografizam indiferentemente. Há, em cada momento, uma relação entre valor da ação e o valor do lugar onde ela se realiza; sem isso, todos os lugares teriam o mesmo valor de uso e o mesmo valor de troca, valores que não seriam afetados pelo movimento da história" (2012 [1996]), p. 86).

A partir dessa abordagem teórica refletimos sobre a abrangência dos eventos do circuito de arte, aspecto de grande relevância para compreensão da atuação dos diversos agentes que o compõe e da importância das feiras e exposições, tendo em conta que

> [...] há ações capazes de ter efeitos de abrangência mundial, no sentido de que, num dado momento, sua eficácia se faz sentir além dos níveis local, regional ou nacional, interessando em diversos países e continentes. É só nesse sentido que se pode falar em eventos mundiais, eventos nacionais, eventos regionais e eventos locais (SANTOS, 1996 [2012], p. 153).

As diferentes abordagens sobre eventos contribuem para o entendimento das feiras de arte. Tendo em conta seu caráter cíclico, podem ser visualizadas a partir da noção de cluster cíclico (JANSSON; POWER, 2008) e ao se estabelecer por tempo rigidamente programado e delimitado, contribui para seu entendimento a noção de cluster temporário (MASKELL et al., 2006). A noção de FCE (MEYER et al., 2005; LAMPEL; MEYER, 2008), pouco explorada na geografia, também oferece importantes insights que contribuem para melhor compreensão desses eventos. No mais, nos parece pertinente nesse estudo considerar as feiras e demais eventos do circuito a partir do conceito de evento geográfico (SANTOS, 2012 [1996]) e situação geográfica (SILVEIRA, 1999), enfatizando seu caráter espacial e temporal, assim como as repercussões por eles engendradas.

Também, entre as diferentes propostas conceituais é possível visualizar que alguns aspectos coincidem sobre os eventos. Entre eles, ressaltamos a importância do contato face-a-face, facilitador de processo de troca de informações, negociação e vendas, sobretudo para produtos que não seguem uma padronização, como é o caso da obra de arte. Para Maskell et al. (2006, p. 12, tradução nossa)[37], os clusters temporários permitem uma rica troca de informações, proporcionada pelo contato face-a-face, "amplamente considerado uma condição necessária para o estabelecimento de relações confiáveis e a comunicação de informações e conhecimentos sensíveis não bem estabelecidos".

Bathelt e Schuldt (2008) caracterizam essa troca de informações ocasionada pelas feiras como "buzz global" ou "burburinho global", um tipo de informação única que resulta de uma série de fatores ocasionados pelo evento. Entre esses fatores, estão a co-presença física, o contato face a face, a observação por parte dos participantes e os

[37] Face-to-face interaction is widely held to be a necessary condition for establishing trustful relations and communicating sensitive, not well-established knowledge and information (MASKELL et al., 2006, p. 12).

múltiplos encontros e reuniões que acontecem durante o evento. Esse burburinho varia de acordo com a feira e desdobra-se em diferentes práticas, gerando, assim, oportunidades de aprendizagem e trocas durante e depois das feiras.

Storper e Venables (2003, p. 3, tradução nossa)[38] afirmam que "fechar acordos, avaliações e ajustes de relacionamentos são extremamente dependentes do contato face a face". Por permitir a transmissão de uma variedade de informações – verbais, visuais e simbólicas – o contato face-a-face tem grande eficiência para determinados tipos de negócios e é central para o entendimento desse tipo de organização de eventos. Este aspecto deve ser levado em conta na análise do papel dos eventos no circuito de arte.

Para Suwala (2012), os eventos desempenham um papel importante nos mercados de produtos culturais diante da incerteza envolvida na atribuição de significados e valorização de produtos criativos. Associadas às possibilidades relatadas pelas diferentes propostas teóricas, as feiras internacionais de arte e as exposições, mais comumente chamadas de bienais, constituem eventos de grande importância para o circuito de arte. Curioni (2015) entende esses dois eventos de forma correlata:

> Uma das características mais marcantes do mundo da arte contemporânea global dos últimos quinze anos é representada pelo crescente papel de feiras e bienais. As feiras e bienais são obviamente distintas uma da outra: as primeiras são centradas na ideia de produzir um mercado temporário para as artes, aparentemente sem ambições curatoriais específicas; os segundos são normalmente focados em declarações e temas críticos claros, têm fortes ambições curatoriais e outros espaços de exibição. Mas as coisas, até as mais óbvias, às vezes podem ser surpreendentes. Primeiro, os dois tipos de evento mostram uma evolução comparável em termos de agenda, quantidades e difusão geográfica, mesmo se bienais parecerem mais geograficamente difusas. Em segundo lugar, como o valor cultural e econômico da arte estão interligados, pode-se dizer que as feiras têm uma função cultural e, simetricamente, que as bienais não podem permanecer imunes à influência dos mercados (CURIONI, 2015, p. 118, tradução nossa).[39]

[38] Deal-making, evaluation and relationship adjustment are heavily dependent on face-toface contact (STORPER, VENABLES, 2003, p. 3).

[39] One of the most striking characteristics of the global contemporary art world of the last fifteen years is represented by the increasing role of fairs and biennials. Fairs and biennials are obviously distinct from one another: the first are centered on the idea of producing a temporary marketplace for the arts, apparently without specific curatorial ambitions; the second are normally focused on clear critical statements and themes, have strong curatorial ambitions, and other exhibition spaces. But things, even the more obvious, can sometimes be surprising. First, the two types of event show a comparable evolution in terms of timimg, quantities, and geographical diffusion, even if biennials or pluriennials seem more geographically diffused. Second, as art´s cultural and economic value are interconnected, it can be said that fairs do have a cultural function and, symmetrically, that biennials cannot remain immune from the influence of the markets (CURIONI, 2015, p. 118).

É nesse sentido que entendemos a importância de exposições e feiras para o circuito de arte. As exposições, junto às feiras de arte internacionais, compõem o calendário do circuito de arte e são momentos de grande importância por funcionarem como catalizadores do processo de consagração das obras de arte. No capítulo a seguir refletiremos sobre os eventos do circuito de arte, sobretudo as feiras, e sua importância no sentido de estabelecer contatos, reputações e hierarquias. Tendo em vista as características das feiras de arte, assim como o recente aumento do número das mesmas no mundo, deve-se ter em conta as condições que possibilitaram esse avanço e as vantagens que oferecem e que justificam esse crescimento. Associamos esse fato às condições possibilitadas no período da globalização – sobretudo no que tange às finanças, transportes e comunicação – que permitem uma grande interação entra as diferentes partes do globo e a atual configuração dos eventos no circuito de arte, e que também será melhor explicitado a seguir.

2 A FEIRA INTERNACIONAL DE ARTE

As feiras internacionais de arte consistem em eventos periódicos que integram o circuito de arte. Nelas, as galerias comercializam obras de seus artistas associados em um ambiente onde se encontra um aglomerado de agentes do circuito, como colecionadores, galeristas, representantes de museus e demais instituições artísticas. Portanto, além do comércio de obras de arte as feiras propiciam trocas de informações que favorecem o reconhecimento dos agentes do circuito.

Nesse sentido, consideramos também que esses eventos contribuem para o reconhecimento das obras de arte, funcionando como catalizadores do seu processo de consagração. Afora o funcionamento das feiras em si, algumas questões permeiam a relação que esses eventos estabelecem com os lugares e as condições em que se realizam, sugerindo assim uma discussão entre as feiras, o período da globalização, as redes e as metrópoles.

2.1 O surgimento e a expansão das feiras de arte

As feiras correspondem a formas de comércio antigas, "velhas instituições, menos antigas do que os mercados e feiras locais (talvez), ainda mergulhando no passado de intermináveis raízes" (BRAUDEL, 2009, p.64). Localizadas em áreas de fácil acesso como intersecções de rotas, as feiras medievais desempenhavam uma importante função de distribuição de recursos. Sobre as mudanças observadas em torno desse evento, Maskell et al. (2006) sugere que a padronização possibilitada pela industrialização alterou sua função, já que na atualidade estão voltadas para produtos de alto valor e padrões estabelecidos. Contudo, alguns elementos das feiras medievais permanecem nas feiras modernas, já que

> Em uma feira moderna, os fornecedores também navegam pelos displays de seus concorrentes para reunir ideias que podem influenciar suas futuras decisões de produção. Além disso, os clientes aprendem sobre o desenvolvimento da fronteira tecnológica e dos potenciais fornecedores, bem como sobre as preferências de outros compradores (MASKELL et al., 2006, p. 6, tradução nossa).[40]

[40] At a modern trade fair, suppliers also browse their competitors' displays to gather ideas that can influence their future production decisions. Further, customers learn about the development of the technological frontier and of potential suppliers as well as of the preferences of other buyers (MASKELL et al., 2006, p. 6).

Para Morgner (2014), a atual feira de arte é um desdobramento das feiras artesanais, cujo desenvolvimento derivou dos festivais religiosos da Antiguidade. Destes, decorrem três noções: a festividade que conecta lugares distantes; a interrupção da vida diária; e por fim, um propósito particular ou missão de incrementar a vida social dos impérios. Para o autor, "o evento religioso não apenas forneceu uma estrutura a partir da qual estruturas mais semelhantes a negócios puderam se desenvolver, mas também trouxe um contexto de simbolismo religioso para as próprias ações dos negócios" (MORGNER, 2014, p. 322, tradução nossa).[41]

A retomada histórica auxilia assim o entendimento do processo que levou ao desenvolvimento das feiras e pode ser trazida para os estudos das feiras de arte e seu desenvolvimento na atualidade. Diferentes das feiras comerciais antigas, onde mercadores traziam produtos dos mais variados tipos, as feiras de arte podem ser vistas como um desdobramento desse tipo de comércio, onde agentes do circuito se beneficiam com as possibilidades de encontro com outros agentes em um mesmo lugar e durante um determinado período de tempo. Essa situação é de grande relevância no contexto do circuito de arte, perpassado por valores construídos a partir de reconhecimentos.

Jansson (2015) coloca que as feiras consistem em eventos temporários que funcionam como "nós" das redes que constituem os processos de criação de valor em nível global. Por isso, são momentos importantes para reputação e consolidação de marca, considerados como recursos intangíveis:

> O processo de criação de valor da arte e das obras de arte tem muito a ver com dimensões intangíveis e é, em grande parte, impulsionado pela reputação, a construção de marca e o processo social de negociação econômica e valores culturais da arte. Assim, participar de feiras de arte, tanto nacional como internacionalmente, é uma atividade estrategicamente importante para obter esses recursos intangíveis (JANSSON, 2015, p. 12, tradução nossa).[42]

Essas questões retomam a importância do contato face a face no comércio de obras de arte. Além da construção de reputação por parte das galerias, podemos apontar sua relevância para um comércio que envolve preços elevados e a subjetividade da obra de

[41] The religious event not only provided a structure from which more business-like structures could develop, but also brought a context of religious symbolism to the very actions of business (MORGNER, 2014, p. 322).

[42] The value-making process of art and artworks is very much to do with intangible dimensions and is, to a large extent, driven by reputation, brand building and the social process of negotiating economic and cultural values of art. Thus, participating in art fairs, both nationally and internationally, is a strategically important activity to gain these intangible resources (JANSSON, 2015, p. 12).

arte, o que reforça a importância do encontro entre vendedores e possíveis compradores. Nelas, eles podem "sentir" os produtos, facilitando o processo de compra (POWER; JANSSON, 2008).

Para Maskell et al. (2006), as feiras da atualidade lidam apenas com representações de mercadorias. Consideramos que no caso do circuito de arte as feiras exercem, junto às exposições de arte, a função de representar o que se considera como objeto artístico. Como já comentado, dado o caráter intangível da obra de arte, esses eventos são importantes por comunicar tendências estéticas e construir valores, impactando assim o circuito como um todo.

As feiras de arte internacionais são eventos cada vez mais comuns no circuito. Realizadas geralmente de forma anual, participam junto aos grandes leilões e exposições do calendário artístico, constituindo-se como centros de reunião e decisão para distintos atores do mundo da arte (REVIRIEGO, 2014). Fetter (2013) associa o surgimento das feiras à financerização do mercado de arte, principal característica do mercado de arte contemporâneo, e são responsáveis pela circulação e distribuição da arte-mercadoria em escala global. Nesse mesmo sentido, Davidson (2010) afirma que a feira de arte pode ser considerada como a nova entidade da instituição de arte globalizada.

Thompson (2011) enfatiza que o começo do século XXI foi a década da feira de arte. Segundo o autor, ela surge como uma alternativa aos leilões, permitindo em um só evento a reunião de grandes "players" do mundo da arte: vendedores, colecionadores, consultores de arte, curadores, diretores de museus, artistas e galeristas. A articulação possibilitada pelas feiras justificaria, assim, o crescimento desse tipo de evento no circuito de arte.

Reviriego (2014) aponta três "vertentes" da feira de arte. A primeira vertente é a festiva e social, como um espaço de interação entre os diferentes participantes. A segunda se refere à geração e divulgação de conhecimento através de conversas, palestras e encontros formais ou informais que se realizam durante o evento. A terceira é a comercial, que decidirá sobre o sucesso da feira e que será ditada pelo "frenesi" dos compradores. Essas características fazem com que a feira de arte seja um evento fundamental para aqueles que queiram participar do mercado de arte.

Organizadas por galeristas, colecionadores ou até mesmo por pessoas ligadas a revistas especializadas em arte, as feiras funcionam como um palco de

internacionalização de artistas e galerias. Para estas, constitui em um momento essencial se tiverem o objetivo de atuar em escala global. Thornton (2008) ressalta que as feiras são significativas em relação ao prestígio da galeria, uma vez que se não for aceita isso pode influenciar negativamente seus negócios[43]. A seleção é mais rigorosa quanto mais prestigiada é a feira, e, se aprovadas, as galerias ainda têm um grande trabalho em organizar sua coleção e espaços de forma a se destacar das demais (REVIRIEGO, 2014). Sobre isso, Yogev e Grund (2012) afirmam que

> A maioria das feiras é seletiva em termos de participantes. Após o registro, os membros da comissão - geralmente donos de galerias e curadores nomeados pelos organizadores da feira - determinam o caráter da feira conduzindo um processo de seleção. Inevitavelmente, quanto mais prestigiada a feira, maior será o número de galerias interessadas. No entanto, como os processos de inscrição e admissão envolvem uma quantidade considerável de tempo e dinheiro, como taxas de participação, aluguel de estandes, vôos, transporte, e a participação não é garantida, os galeristas também selecionam cuidadosamente as feiras que desejam participar a cada ano (YOGEV; GRUND, 2012, p. 24, tradução nossa).[44]

A organização das feiras segue um formato em comum. As galerias alugam estandes no local, geralmente um pavilhão ou centros de convenções – não necessariamente relacionados à arte – e expõe suas obras. Outros agentes podem adquirir espaços na feira, como revistas, editoras e museus, e utilizam o espaço para vendas, divulgação de produtos e serviços. Também, recebem representantes de mídia, que podem impactar substancialmente em seu sucesso e afetar reputações e lucros, já que mediam as impressões e avaliações do evento com o público (BATHELT; SCHULDT, 2009).

Além destes, cafés, bares e restaurantes são instalados no local durante o evento e consistem em importantes espaços de interação e troca de informações (MASKELL et al., 2006). Esses locais permitem que conversas e negociações iniciadas durante o expediente da feira continuem durante outros momentos, como jantares e reuniões

[43] Fialho (2014, s/n) explica que "para participar de uma feira, não basta fazer a inscrição e pagar, a candidatura passa pela avaliação de um comitê formado em geral por galeristas já estabelecidos, que analisa a trajetória da empresa, a programação, o portfólio de artistas e a proposta apresentada. Somam-se a isso outros critérios não objetivos (e não declarados) que dizem respeito à rede de relações e influência de que os candidatos dispõem e que podem ser determinantes na seleção".

[44] Most of the fairs are selective in terms of participants. After registration, the fair committee members usually gallery owners and curators appointed by the fair organizers—determine the character of the fair by conducting a selection process. Inevitably, the more prestigious the fair, the more it is sought after by galleries. However, since the registration and admission processes involve a considerable amount of time and money—such as participation fees, booth rental, flights, transportation—and participation is not guaranteed, gallery owners, too, carefully select the fairs they wish to attend each year (YOGEV; GRUND, 2012, p. 24).

informais, contribuindo para o fortalecimento da relação com clientes e para o estabelecimento de novas parcerias (YOGEV; GRUND, 2012).

Portanto, as feiras são eventos importantes para trocas de informações já que "permitem que notícias e percepções sejam compartilhadas, negócios sejam conduzidos, redes sejam criadas, reputações avançadas e planos forjados" (MASKELL, 2014, p. 893)[45]. Bathelt e Schuldt (2009) ressaltam a importância desse tipo de evento:

> Devido à ampla gama de oportunidades de ligação profissional relacionadas à combinação da interação intensiva e sistemática com comunicações presenciais não planejadas e menos densas, as feiras internacionais continuarão importantes ou se tornarão interseções focais ainda mais significativas, ou pontos de passagem obrigatórios, para empresas que operam em escala transnacional e conectam agentes, locais de recursos e mercados na economia política global (BATHELT; SCHULDT, 2009, p. 1969, tradução nossa).[46]

No contexto do circuito de arte, as feiras constituem-se como oportunidades essenciais para as galerias alcançarem maior projeção, tanto em escala nacional como internacional. Sobre isso, Ladeira (2009) ressalta que as feiras

> [...] constituem reuniões anuais de entendidos de arte de todo o mundo, podendo surgir a oportunidade de ganhar acesso a mais mercados e clientes. As feiras especializadas são também consideradas como uma ferramenta de comunicação para qualquer galeria que está disposta a desenvolver uma estratégia ao nível internacional (LADEIRA, 2009, p. 20).

No mesmo sentido, Jansson (2015) elenca algumas razões pelas quais as galerias de arte procuram participar de feiras. Dentre elas, estão fatores como as vendas, a construção de redes e o recrutamento de novos colaboradores, sejam artistas ou funcionários. Yogev e Grund (2012) apontam a feira como um meio através do qual galerias podem obter exposição a colecionadores internacionais.

Além disso, Morgner (2014) ressalta que as feiras de arte funcionam como uma plataforma de comparação das obras de arte, não só no sentido estético, mas também dos preços cobrados por elas. A situação de co-presença permite que as galerias observem e

---

[45] They allow news and insights to be shared, business to be conducted, networks created, reputations advanced and plans forged (MASKELL, 2014, p. 893).

[46] Due to the wide range of professional coupling opportunities related to the combination of intensive and systematic interaction with unplanned and less dense F2F communication, international trade fairs will likely remain important or become even more significant focal intersections, or mandatory passage points, of transnationally operating firms that connect agents, resource locations and markets in the global political economy (BATHELT; SCHULDT, 2009, p. 1969).

comparem os preços estipulados por outras galerias, situação que propicia certa padronização dos valores.

Dessa forma, as feiras de arte internacionais permitem uma gama de possibilidades para as galerias de arte. Se "a existência de galerias de arte comercial e galeristas é, sem dúvida, o resultado de uma mudança na relação entre o artista e a obra de arte, mas também na relação entre o artista e o mercado"[47] (JANSSON, 2015, p. 3, tradução nossa), consideramos que as feiras internacionais intensificam essas mudanças, já que propiciam o comércio de obras de arte em escala global.

Além das galerias, outros agentes se beneficiam das oportunidades e trocas de informações ocasionadas pelas feiras, como colecionadores, artistas, curadores, revistas e editoras do segmento artístico, e é ao contribuir para a maior visibilidade e estabelecimento dos agentes do circuito de arte que exercem essa função de catalizadoras do processo de legitimação das obras de arte. Essa legitimação será maior quanto maior o reconhecimento da feira.

Segundo Morgner (2014), as primeiras feiras de arte organizadas intencionavam dinamizar e facilitar os negócios de artes visuais em regiões onde o mercado de arte era menos desenvolvido, como a cidade de Colônia, na Alemanha, onde foi fundada a feira Art Cologne, e também a cidade de Basileia, na Suíça, onde é realizada a Art Basel. Daí nomeá-las como "feiras periféricas", já que se localizavam em áreas que não eram consideradas como hotspots do mercado internacional de arte antes dos anos 1990. Depois, novas feiras surgiram dado o sucesso das primeiras, marcando o surgimento de um outro tipo de feira – as "feiras de arte de nicho" – ligadas a centros do mercado de arte mundial como a cidade de Nova York.

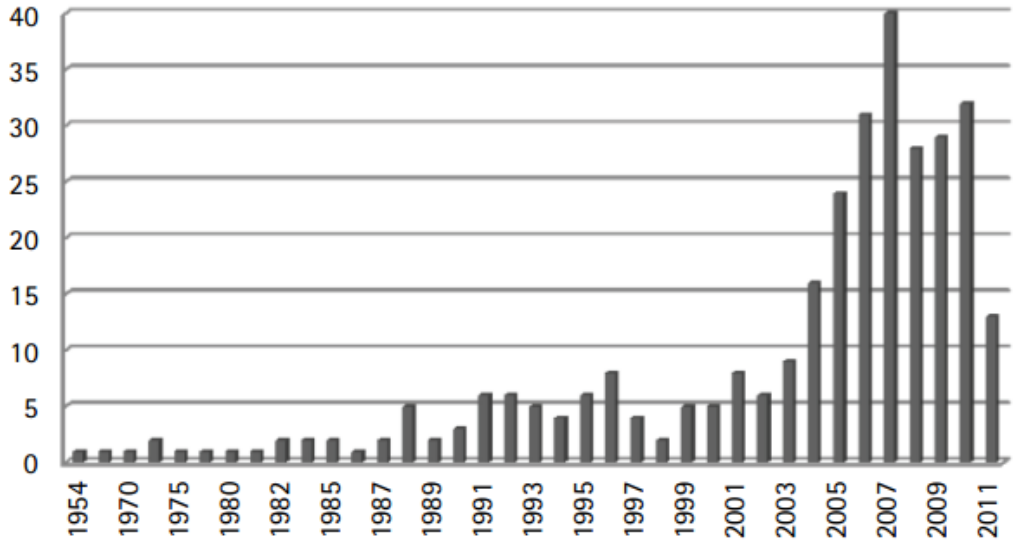
Ao analisar o crescimento do número de feiras e do mercado de arte em geral, Quemin (2014) aponta que

> a evolução do mercado de arte combina ao mesmo tempo os efeitos devidos à simples conjuntura econômica e outras transformações mais profundas, que se inscrevem no longo prazo. Sem dúvida, a principal transformação que caracteriza o mercado de arte há trinta anos, além do fortalecimento do peso do domínio contemporâneo, consiste numa internacionalização sempre crescente (QUEMIN; FIALHO; MORAES, 2014, p. 28).

[47] The existence of commercial art galleries and gallerists is, arguably, a result of a shift in the relationship between the artist and the artwork but also in the relationship between the artist and the marketplace (Jansson, 2015, p. 3).

Isso pode ser relacionado à análise de Morgner (2014) sobre o colapso na bolha do mercado de arte no final dos anos 1980, associado à bolha imobiliária e consequente crise econômica no Japão. Segundo o autor, a crise econômica decorrente dessa situação teria sido um divisor de águas para as feiras de arte, já que galeristas e negociantes fundaram novas feiras para dinamizar o comércio e assim aumentar suas receitas durante o período de recessão. A partir de então, uma grande quantidade de feiras passou a ser organizada em diferentes países. O gráfico 4, elaborado pelo autor, indica o crescimento do número de feiras entre os anos 1954 e 2011.

Gráfico 4 – Quantidade de feiras de arte fundadas entre 1954 a 2011



Fonte: Morgner (2014).

A partir do gráfico, é possível notar um elevado crescimento do número de feiras de arte organizadas no mundo. Tendo em conta as possibilidades ocasionadas por esses eventos, esse crescimento sugere a centralidade que exercem no circuito de arte, beneficiando seus agentes através do comércio e troca de informações decisivas. Daí concordarmos com Jansson (2015) ao caracterizar os eventos temporários, dentre os quais as feiras de arte, como epicentros para diferentes atores e atividades ligados ao setor, reunidos em um tempo e espaço comuns.

O mesmo autor argumenta que por um lado esses eventos constituem microcosmos separados onde valores são reconhecidos, negociados e estabelecidos. Por outro, as atividades que se dão nesses espaços e tempos limitados devem ser vistas como relacionais. É nessa perspectiva que entendemos as feiras de arte: são eventos pontuais, realizados a partir das condições proporcionadas pelas metrópoles – onde acontecem em

maior número, como será melhor explicitado no tópico 2.2 – e se constituem como eventos relacionais, já que são semelhantes em termos de organização e distribuem-se ao longo do ano de forma a conformar um calendário anual, pautando a ação dos agentes do circuito.

Nesse sentido, retomamos Santos (2012 [1996]) ao justificar a relação causal dos eventos por seus dois níveis de existência, o global e o local. Segundo o autor, "a interdependência dos eventos se dá em vários níveis. Todavia, dois desses níveis são os mais relevantes, ao menos do ponto de vista geográfico: o nível do mundo e o nível do lugar" (Santos, 2012 [1996], p. 163). Para analisarmos as feiras sob o conceito de evento geográfico, nos centraremos em dados referentes à concentração por cidades e por países e retomaremos algumas discussões como a globalização – período em que, "mais do que antes, os eventos são, pois, globalmente solidários [...] (SANTOS, 2012 [1996], p. 164) – e aquela acerca das redes, para visualizar a organização e distribuição desses eventos.

2.2 Uma agenda global para as feiras de arte: centralidade das feiras no circuito

Conforme exposto no tópico anterior, houve um grande crescimento do número de feiras organizadas no mundo, sobretudo a partir dos anos 2000. Não há um levantamento oficial que contenha todas as feiras de arte realizadas, porém algumas relações são feitas por autores, relatórios e plataformas voltadas à divulgação e comércio de obras de arte, e auxiliam a análise e compreensão do formato, organização e reconhecimento desses eventos no circuito.

Reviriego (2014), por exemplo, afirma que existem 80 feiras de arte no mundo, mas não cita quais são nem seus locais de ocorrência, elencando apenas algumas com "maior personalidade": Arco (Madri, Espanha), TEFAF (Maastricht, Holanda), Armony Show (Nova York, Estados Unidos), Art Basel (Basileia, Suíça), Frieze London (Londres, Inglaterra), FIAC (Paris, França) e Art Basel Miami Beach (Miami, Estados Unidos). A partir da lista sugerida, é possível notar que a autora reconhece sobretudo as feiras realizadas em países de grande reconhecimento no circuito.

Um outro exemplo é a lista divulgada no site da revista ArtForum International. A revista é publicada nos Estados Unidos e possui grande reconhecimento no setor artístico. Para o período entre outubro de 2016 a setembro de 2017, a ArtForum apontou em seu site 110 feiras de arte. Embora contemple muitas feiras importantes, na lista

divulgada para esse período não constam, por exemplo, a ArtBA, feira argentina realizado em Buenos Aires desde 1991, e a ArtRio, organizada na cidade do Rio de Janeiro a partir de 2011.

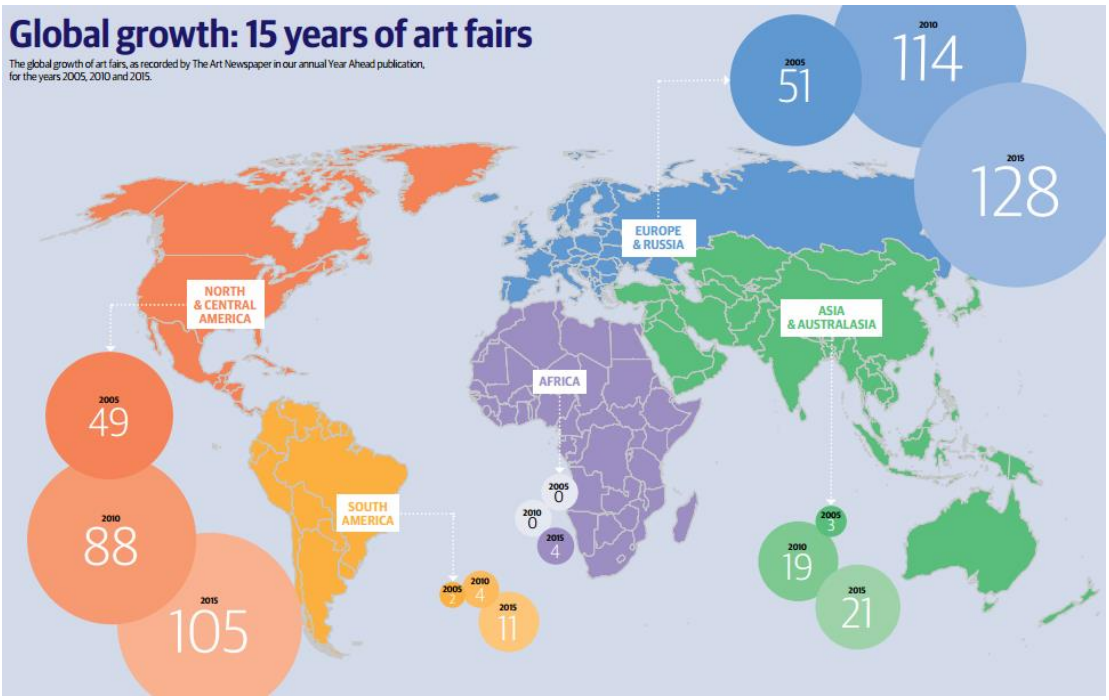
A plataforma digital ArtBinder, iniciativa estadunidense voltada para galeristas, artistas e instituições artísticas que oferece serviços de organização e gerenciamento de inventário também oferece uma lista de feiras de arte. Para o ano de 2016, foram divulgadas 365 feiras[48]. Esse levantamento é mais abrangente e considera as feiras não divulgadas pela ArtForum, mas também inclui outros tipos de feiras que não se referem ao tipo de feira abordado nesse estudo, tais como feiras de livros ou joias.

Por fim, outra lista de feiras de arte foi oferecida pelo relatório Internacional Fair Report, publicado uma única vez e relativo ao período compreendido entre junho de 2016 a junho de 2017. O relatório foi produzido pelo periódico virtual The Art Newspaper e financiado pela empresa Momart, ambos de origem inglesa. Esta última é especializada em serviços de armazenamento, transporte e instalação de obras de arte para galerias, museus e demais instituições artísticas. Nesse levantamento constam 320 feiras, e assim como naquele divulgado pela plataforma ArtBinder, uma menor parte delas se refere a feiras de livros, joias ou de artistas independentes, por exemplo.

O relatório indica o crescimento do número de feiras no período compreendido entre os anos 2010 a 2015, ilustrado na figura 4. Apesar de considerar algumas feiras que não se enquadram no perfil abordado pela pesquisa, a figura se mostrou interessante para a análise proposta já que a maior parte se refere às feiras de arte voltadas para galerias.

[48] No ano de 2018, a plataforma alterou a divulgação das feiras. Estas não são mais divulgadas em uma lista anual, mas publicadas a cada seis meses.

Figura 4 – Crescimento do número de feiras entre 2010 e 2015



Fonte: International Fair Report (2016). Adaptado.

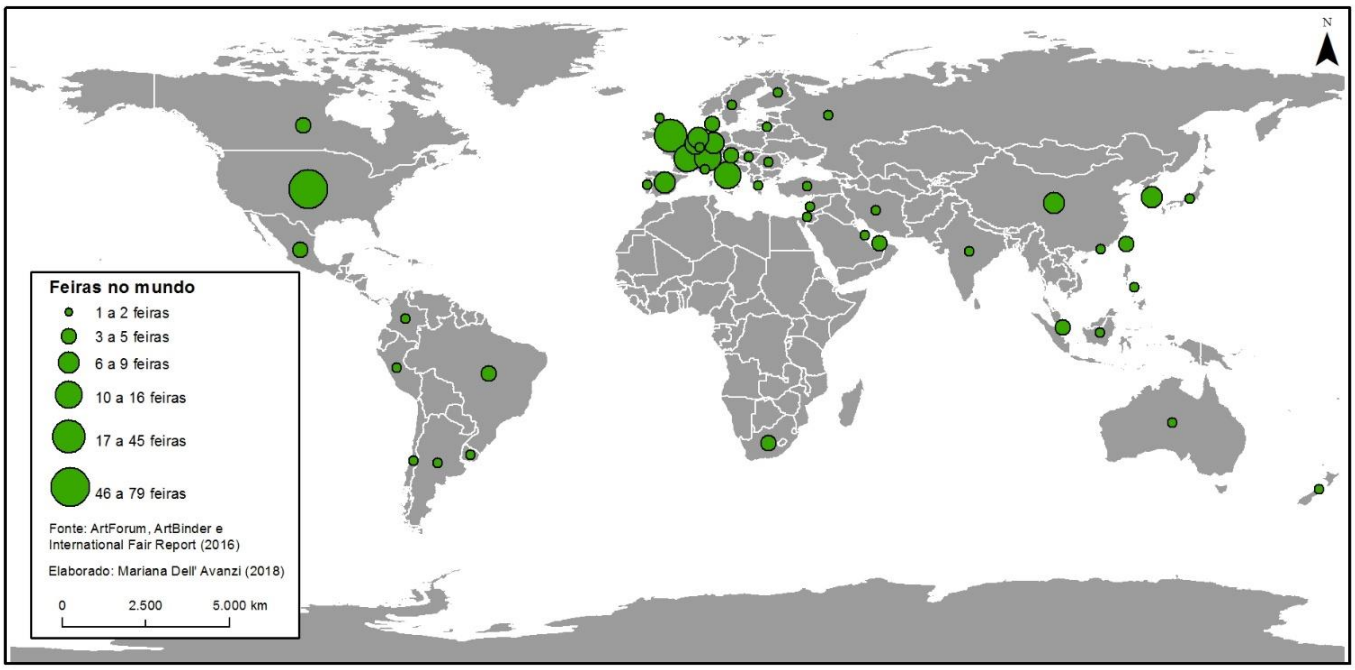
No total, até o período considerado somam-se 269 feiras. A partir da figura, é possível perceber que o crescimento seguiu uma orientação, concentrando-se sobretudo na América do Norte e Europa. Contudo, é muito significativo o crescimento na região compreendida pela Ásia e Oceania (Australasia na figura), que no período passou de três para 21 feiras. Na América do Sul, o crescimento também é significativo, de dois para 11 feiras, assim como na África, que passou a ter quatro.

A escassez de informações sobre as feiras de arte dificulta sua análise e ao mesmo tempo levanta questionamentos, sobretudo em relação ao papel dos veículos de informação ligados a esses eventos. Nesse sentido, os periódicos, plataformas e relatórios utilizados para o levantamento da pesquisa devem ser analisados tendo em conta os mecanismos de valorização existentes no circuito de arte, conforme comentado no tópico 1.3, que trata da produção de informações.

Para o presente estudo realizamos uma seleção das feiras de arte internacionais divulgadas por essas iniciativas para melhor analisar a quantidade e distribuição no mundo, considerando aquelas compostas por galerias de arte. Além disso, incluímos outras feiras que se enquadram no perfil e não foram apontadas nesses levantamentos. A partir dessa seleção chegamos a 281 feiras, distribuídas em 52 países, conforme

apresentado na tabela 10[49]. Algumas delas também abrangem galerias voltadas ao design, como é o caso da feira paulistana SP-Arte. A seguir, o mapa 1 e a tabela 10 indicam a localização das feiras de arte internacionais por país.

Mapa 1 – Localização das feiras de arte internacionais



[49] O quadro completo das feiras de arte encontra-se Apêndice 1.

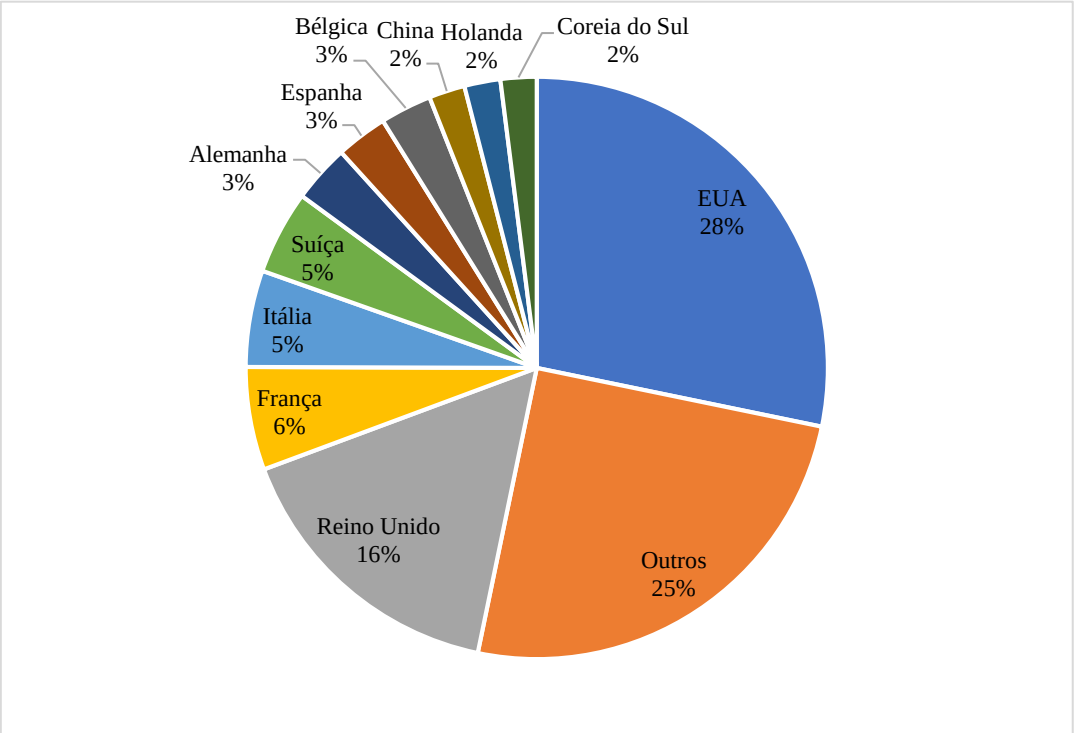
Tabela 10 – Quantidade de feiras por país

País	Nº de feiras
EUA	79
Inglaterra	45
França	16
Itália	15
Suíça	13
Alemanha	9
Espanha	8
China	7
Holanda	7
Coreia do Sul	7
Bélgica	6
Brasil	5
Singapura	4
Taiwan	4
África do Sul	3
Áustria	3
Canadá	3
Dinamarca	3
México	3
Emirados Árabes Unidos	3
Argentina	2
Austrália	2
Bélgica	2
Grécia	2
Japão	2
Suécia	2
Turquia	2
Escócia	2
Mônaco	2
Barem	1
Chile	1
Colômbia	1
Filipinas	1
Finlândia	1
Hong Kong	1
Hungria	1
Índia	1
Indonésia	1
Irã	1
Israel	1
Líbano	1
Lituânia	1
Luxemburgo	1
Nova Zelândia	1
Peru	1
Portugal	1
Romênia	1
Rússia	1
Uruguai	1
Total	**281**

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados divulgados pela revista ArtForum, pela plataforma ArtBinder e pelo relatório International Fair Report (2016).

É possível notar uma grande concentração de feiras em alguns países, sobretudo nos Estados Unidos, com 79. Em segundo lugar, o Reino Unido possui 45. Juntos, esses dois países somam quase metade do total de feiras de arte do mundo. França, Itália e Suíça possuem um número semelhante de feiras, respectivamente 16, 15 e 13. Na Ásia, a China e Coreia do Sul se destacam com 7 e Taiwan com 4. No Oriente Médio, os Emirados Árabes Unidos são o país com maior número de feiras. O continente africano é representado pela África do Sul, com 3. No Brasil, as cinco feiras apontadas constituem na SP-Arte, Parte e Semana de Arte, realizadas em São Paulo, junto a ArtRio e Artigo, realizadas na cidade do Rio de Janeiro. O gráfico 5 indica os países com maiores concentrações de feiras de arte.

Gráfico 5 – Concentração de feiras de arte internacionais no mundo



Fonte: Elaboração própria a partir dos dados divulgados pela revista ArtForum, pela plataforma ArtBinder e pelo relatório International Fair Report (2016).

Para melhor visualizar a distribuição de feiras no mundo, utilizamos a divisão regional compreendida por América Anglo Saxônica, América Latina, Ásia, Sudeste Asiático, África, Europa, Leste Europeu, Oceania e Oriente Médio. A tabela 11 indica a quantidade de países contidas nessas regiões e a distribuição de feiras por regiões.

Tabela 11 – Quantidade de países e feiras de arte por região

Região	Nº de países	Nº de feiras
Europa	18	138
América Anglo-Saxônica	2	82
Ásia	6	22
América Latina	7	14
Oriente Médio	6	9
Sudeste Asiático	3	6
Leste Europeu	4	4
África	1	3
Oceania	2	3
Total	**49**	**281**

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados divulgados pela revista ArtForum, pela plataforma ArtBinder e pelo relatório International Fair Report (2016).

A partir da tabela 11 nota-se que a maior parte dos países que possuem feiras de arte são da Europa, com maior tradição no circuito de arte. No Leste Europeu estão os países Hungria, Lituânia, Romênia e Rússia, cuja participação no circuito é menor se comparada a países como Reino Unido, França, Alemanha, Bélgica e Espanha. Chama a atenção a participação do Oriente Médio, representados pelos Emirados Árabes Unidos, Barem, Israel, Irã, Líbano e Turquia. A América Anglo-Saxônica, apesar de composta por apenas dois países – Estados Unidos e Canadá – é a região com a maior concentração de feiras por país, situação proporcionada pela participação dos Estados Unidos. A tabela evidencia a grande polarização das feiras em duas das regiões propostas, Europa e América Anglo-Saxônica. Porém, a participação das outras regiões, ainda que recente e menos estabelecida se comparada às duas primeiras, sugere a importância das feiras de arte para o circuito na atualidade.

Para além da distribuição das feiras por países e regiões, é necessário analisar características como quantidade e origem de galerias envolvidas, número de visitantes, especificidades artísticas e patrocínio, de forma a compreender o funcionamento e papel que esses eventos detém no circuito de arte. A grande quantidade de feiras existentes dificulta uma análise minuciosa de cada uma, mas para isso análises realizadas por alguns autores contribuem para melhor especificá-las.

Entre elas, Thompson (2011) aborda quatro feiras que elenca como as mais importantes do circuito: TEFAF, na Holanda, Art Basel, na Suíça, Art Basel Miami Beach, organizada pelos criadores da Art Basel, nos Estados Unidos, e por último a London’s Frieze, no Reino Unido. Segundo o autor, essas feiras são extremamente

disputadas pelas galerias por impor valor às obras ali negociadas, e por isso só aquelas já consolidadas e com boa reputação no circuito conseguirão expor nesses eventos. No quadro 8 estão sintetizadas as feiras citadas pelo Thompson (2015), Reviriego (2014), e mais algumas que ganham destaque pelo número de galerias participantes.

Quadro 8 – Maiores feiras internacionais de arte

Feira	Cidade	País	Galerias
Art Basel Miami Beach	Miami	EUA	298
Art Basel	Basileia	Suíça	291
TEFAF	Maastricht	Holanda	279
Art Basel Hong Kong	Hong Kong	China	248
Art Cologne	Colônia	Alemanha	207
KIAF	Seul	Coreia do Sul	174
FIAC	Paris	França	169
Arco	Madri	Espanha	162
London's Frieze	Londres	Reino Unido	155
Arte Fiera	Bologna	Itália	151
Armony Show	Nova York	EUA	109

Fonte: Elaboração própria com base em informações disponíveis nos sites das feiras Art Basel Miami Beach, Art Basel, TEFAF, Art Basel Hong Kong, Art Cologne, KIAF, FIAC, Arco, London´s Frieze, Arte Fiera e Armony Show, referentes às edições do ano 2018.

A feira com maior número de galerias é a Art Basel Miami Beach, seguida pela Art Basel. Sobre esta última – ressaltada por Reviriego (2014) como uma daquelas de "maior personalidade" e por Thompson (2015) como uma das feiras mais importantes do mundo – o relatório International Fair Report, comentado acima, oferece uma análise mais precisa que elucida aspectos da organização das feiras de arte e contribui para a compreensão do circuito de arte como um todo.

Um dos dados apresentados corresponde à origem das galerias participantes da principal seção da Art Basel entre os anos 2011 e 2015. A seguir a tabela 12 indica as informações disponibilizadas sobre o número de galerias e percentual correspondente a cada país no período estabelecido.

Tabela 12 – Total de galerias na seção principal da Art Basel no período de 2011 a 2015, segundo países de origem

Países	Nº de galerias	%
EUA	103	31%
Alemanha	54	16,3%
Reino Unido	29	8,7%
Suíça	27	8,1%
França	22	6,6%
Itália	20	6%
Outros	77	23,2%
Total	**332**	**100%**

Fonte: International Fair Report (2016).

Segundo os dados apresentados pelo relatório a maior parte das galerias que participam da Art Basel é proveniente dos EUA. A Alemanha, em segundo lugar, possui quase metade do número de galerias quando comparada ao primeiro país. A Suíça, país que sedia a feira, ocupa o quarto lugar com 27 galerias. Essa grande concentração de galerias dos EUA sugere seu protagonismo no circuito de arte na atualidade. Ao mesmo tempo, a edição da feira em Hong Kong – Art Basel Hong Kong – desde 2013 indica a visibilidade de outros países, sobretudo asiáticos, que têm aumentado sua participação no circuito de arte.

Para Curioni (2012), a concentração apontada em relação à origem das galerias que participam da Art Basel indica que a nacionalidade é um critério importante no processo de seleção da feira. Em suas palavras,

> Isso significa que a nacionalidade é um critério relevante no processo de admissão de uma galeria para participar da feira. Isto é compreensível como resultado da necessidade de atrair o maior número possível de colecionadores importantes, ou seja, incluir as melhores galerias das diferentes cenas, dando um privilégio às mais desenvolvidas (por óbvias razões comerciais) e levando em consideração sua proximidade logística com Basileia (CURIONI, 2012, p. 125, tradução nossa).[50]

Além da Art Basel, realizada na Suíça, Miami Beach e Hong Kong, outras feiras passaram a ser organizadas em mais de um país, já que após a experiência na produção de uma feira, as organizações podem "clonar" os eventos em outras cidades (CURIONI,

[50] This meas that nationality is a relevant criterion on the process of admitting a gallery to participate in the fair. This is undertandable as the result of the need to attract the highest possible number of important collectors, wich is to say, to include the best galleries from the different scenes while giving a privilege to the most developed ones (for obvious commercial reasons) and taking into consideration their logistical proximity to Basel (CURIONI, 2012, p. 125).

2012). O quadro 9 indica alguns exemplos, incluindo também aquelas realizadas em diferentes épocas do ano.

Quadro 9 – Feiras de arte localizadas em diferentes países e/ou diferentes épocas do ano

AFFORDABLE ART FAIR		
Cidade	**País**	**Mês**
Milão	Itália	Janeiro
Londres (Battersea)	Inglaterra	Março
Bruxelas	Bélgica	Março
Londres (Hampstead)	Inglaterra	Maio
Hong Kong	Hong Kong	Maio
Nova York	EUA	Setembro
Estocolmo	Suécia	Outubro
Londres (Battersea)	Inglaterra	Outubro
Hamburgo	Alemanha	Novembro
Singapura	Singapura	Novembro
ART BASEL		
Cidade	**País**	**Mês**
Hong Kong	Hong Kong	Março
Basel	Suíça	Junho
Miami Beach	EUA	Dezembro
FRIEZE		
Cidade	**País**	**Mês**
Los Angeles	EUA	Fevereiro
Nova York	EUA	Maio
Londres	Inglaterra	Outubro
TEFAF		
Cidade	**País**	**Mês**
Maastricht	Holanda	Março
Nova York	EUA	Maio
Nova York	EUA	Outubro

Fonte: Elaboração própria a partir das informações disponibilidades nos sites das feiras Affordable Art Fair, Art Basel, Frieze e TEFAF.

A distribuição de feiras que acontecem em mais de uma localidade reforça o protagonismo de algumas cidades no circuito de arte. Nova York e Hong Kong, por exemplo, sediam edições da Affordable Art Fair; a Art Basel é sediada também em Hong Kong e Miami Beach; Nova York sedia duas versões da feira holandesa TEFAF, além da Frieze. Esse protagonismo exercido pelas cidades pode ser melhor analisado a partir da tabela 13, com as maiores concentrações de feiras por cidade.

Tabela 13 – Distribuição de feiras de arte internacionais por cidade

Cidade	Nº de feiras	%
Londres	35	12%
Nova York	33	12%
Paris	14	5%
Miami	13	5%
Basel	9	3%
Bruxelas	6	2%
Madri	5	2%
Seul	5	2%
Colônia	4	1,4%
Hong Kong	4	1,4%
Miami Beach	4	1,4%
Singapura	4	1,4%
São Paulo	3	1,1%
Amsterdã	3	1,1%
Chester	3	1,1%
Chicago	3	1,1%
Cidade do México	3	1,1%
Copenhagen	3	1,1%
Houston	3	1,1%
Los Angeles	3	1,1%
Palm Springs	3	1,1%
São Francisco	3	1,1%
Taipei	3	1,1%
Turim	3	1,1%
Outros	109	39%
Total	**281**	**100%**

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados divulgados pela revista ArtForum, pela plataforma ArtBinder e pelo relatório International Fair Report (2016)[51].

A partir da tabela é possível notar que Londres e Nova York são as cidades com maior número de feiras de arte, seguidas de Paris e Miami. Além da grande concentração em cidades que correspondem às capitais dos países, as feiras se realizam majoritariamente em metrópoles. Essa situação levanta possíveis relações entre as feiras internacionais de arte e as condições proporcionadas pelas metrópoles.

Sassen (1994) afirma que "a transnacionalização da atividade econômica elevou a intensidade e o volume das transações entre as cidades" (SASSEN, 1994, p. 71). Santos

[51] No apêndice 1 é possível visualizar todas as cidades onde se localizam as feiras de arte contidas no levantamento.

(1994 [2012]) associa essa nova condição das cidades ao processo de globalização: "a relação entre a internacionalização e as cidades ganha uma nova dimensão com o processo de globalização por que passam, hoje, todos os continentes" (SANTOS, 1994 [2012], p. 17). Nesse contexto, a atual configuração, distribuição e concentração das feiras de arte podem ser analisadas sob a conjuntura da globalização, marcada por uma nova divisão do trabalho, que por sua vez acarreta a mundialização dos lugares. Segundo o autor,

> unicidade técnica e unidade do motor são os grandes dados inovadores de nossa época e que asseguram a passagem de uma situação de mera internacionalização a uma situação de globalização (Santos, 1985) para cuja efetivação a operação das multinacionais contribui largamente (SANTOS, 1994 [2012], p. 17).

É nesse momento em que "o mercado, graças exatamente à ciência, à técnica e à informação, torna-se um mercado global" (SANTOS; SILVEIRA, 2005 [2001], p. 52), originando um planeta informado e de ações globais (SANTOS, 2015 [2000]). Os territórios ganham novos conteúdos e passam a ser diferenciados pela maior ou menor influência das finanças e da informação. Nesse processo algumas cidades se destacam por exercer grande influência na produção e circulação de mercadorias e informações, além de concentrar grande riqueza, essencial para o circuito de arte. É nesse contexto que entendemos a concentração de feiras em cidades como Nova York e Londres.

Deve-se ter em conta, no entanto, que "com a globalização, todo e qualquer pedaço da superfície da terra se torna funcional às necessidades, usos e apetites de Estados e empresas nessa fase da história" (SANTOS, 2015 [2000], p. 81). Nessa perspectiva, o crescimento do número de feiras, que a princípio se localizavam em países centrais e cada vez mais se realizam em países periféricos, permite afirmar que há uma expansão do circuito de arte relacionada, sobretudo, à expansão e maior participação dos países na economia global.

Assim, as metrópoles e grandes cidades – "onde o meio humano permite a floração de uma multiplicidade de atividades localmente complementares e, nos diversos subespaços metropolitanos, o meio técnico é diferenciado e adaptado para recebê-las" (SANTOS, 1994 [2012], p. 19) – são os locais mais escolhidos para a realização das feiras de arte. A especialização de serviços existentes nas metrópoles inclui também aqueles necessários ao circuito de arte, como transporte rodoviário e aeroviário, bancos, centros de convenções e rede hoteleira, por exemplo. Além disso as feiras de arte constituem eventos interessantes para as cidades, uma vez que

> não apenas empregam um número considerável de trabalhadores e têm um impacto significativo nos mercados locais devido a seu status como destinos turísticos, mas também podem influenciar as estratégias de marca de uma cidade e colaborar com vários outros setores, como publicidade, o setor hoteleiro, manuseio de arte e programas educacionais (MORGNER, 2012, p. 318, tradução nossa).[52]

Essas possibilidades trazidas pelas feiras também são vistas com interesse pelas corporações empresariais. Assim como museus e demais instituições artísticas, como comentado no tópico 1.2, as feiras são momentos interessantes para divulgação de marca e construção de reputação por parte de empresas. Segundo o International Fair Report,

> É uma união lógica, afinal de contas as feiras de arte nascem da simbiose entre arte e comércio. Hoje, todos, desde marcas de moda até montadoras de luxo e hotéis de alto padrão, querem patrocinar feiras de arte. Historicamente, bancos e feiras foram particularmente bem combinados (INTERNATIONAL FAIR REPORT, p. 12, tradução nossa).[53]

Conforme ressaltado pelo relatório, o patrocínio de feiras é uma prática comum dos bancos, por exemplo. O quadro 10 traz alguns exemplos de feiras patrocinadas por bancos privados em diferentes países.

Quadro 10 – Feiras de arte patrocinadas por bancos

Feira	Banco patrocinador
Arco Madrid	Santander
Art Basel	UBS
ArteBA	HSBC
ArteBO	Banco de Bogotá
ArtRio	Bradesco
Frieze	Deutsche Bank
SP-Arte	Itaú
TEFAF	ABN AMRO e ING

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados disponibilizados no relatório International Fair Report (2016) e sites das feiras ArtBA, ArtBO, ArtRio, Arco Madrid e SP-Arte.

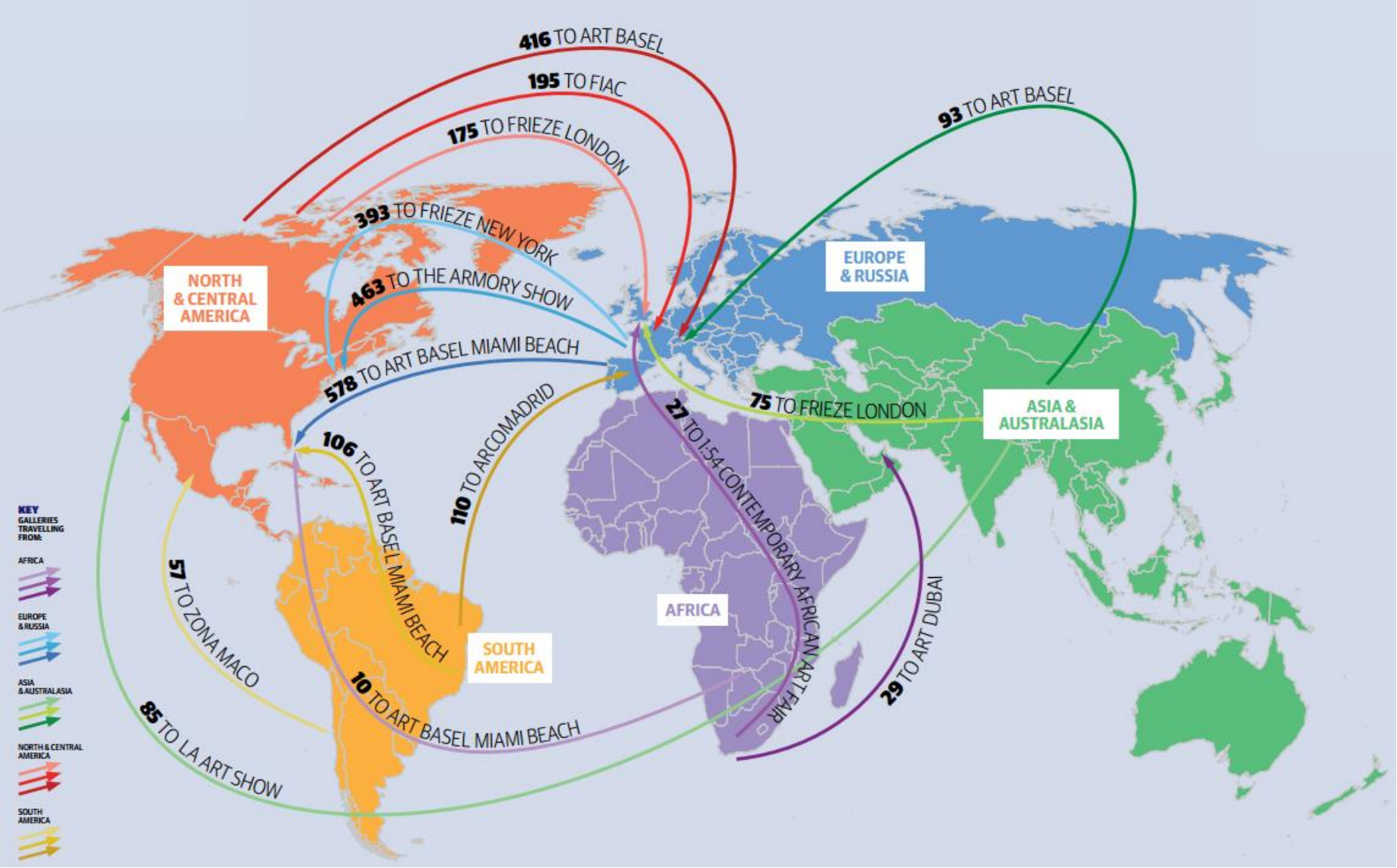
As feiras colaboram, ao nosso ver, na constituição dos espaços da globalização, respondendo à necessidade das galerias de atuarem em escala global. Sobre isso, uma das análises trazidas pelo International Fair Report e apresentado na figura 5 se mostra

[52] Not only do art fairs employ a considerable number of workers and have a significant impact on local markets due to their status as tourist destinations, but they can also influence the branding strategies of a city and collaborate with a number of other industries, such as advertising, the hotel sector, art handling, and educational programmes (MORGNER, 2012, p. 318).

[53] It's a logical union; after all, art fairs are born of the symbiosis between art and commerce. Today, everyone from fashion brands to luxury carmakers and high-end hotels wants to sponsor art fairs (MOMART ART FAIR REPORT, p. 12).

interessante, ao ilustrar os maiores fluxos de galerias gerados pelas feiras entre os anos 2011 e 2015 e indicando aqueles predominantes. Resultado da distribuição desigual das variáveis do período da globalização que conformam o meio técnico-científico-informacional das metrópoles (SANTOS, 1994 [2013]), essa predominância aponta uma fluidez seletiva (SANTOS, 2012 [1996]), evidenciando as condições desiguais que orientam o circuito de arte.

Figura 5 – Fluxo de galerias participantes em feiras de arte internacionais



Fonte: International Fair Report (2016). Adaptado.

A partir da figura é possível visualizar que a região que recebe maior número de galerias estrangeiras é a América do Norte e Central, somando ao todo 1692 galerias. Europa e Rússia recebem, ao total, uma soma de 1091. Em terceiro lugar, a região nomeada como Ásia e Australasia receberam 29. As feiras de arte que recebem maior quantidade de galerias estrangeiras são: Art Basel (Suíça), Art Basel Miami Beach (EUA), Frieze New York (EUA), Frieze London (Reino Unido), Armony Show (EUA), Arco Madrid (Espanha), Los Angeles Art Show (EUA), Zona Maco (México), 1:54 Contemporary African Art Fair (Reino Unido) e Art Dubai (Emirados Árabes Unidos).

É necessário considerar a abrangência do estudo, centrado sobretudo nas feiras localizadas nas regiões nomeadas como América do Norte e Central – onde se sobressaem os Estados Unidos – e também Europa e Rússia, onde, por sua vez, se sobressaem países como Reino Unido, Espanha, França e Suíça. Esses são os maiores fluxos promovidos por feiras de arte, embora feiras localizadas na América do Sul como a ArtBA e a própria SP-Arte também promovam fluxos internacionais. Na edição de 2018 da ArtBA, por exemplo, estiveram presentes galerias de 14 países, semelhante a SP-Arte, que teve galerias de 15 diferentes países em 2018.

Outra característica observada no levantamento das feiras é sua distribuição ao longo do ano, sugerindo um calendário anual e formando, como sugere Thompson (2015), uma rede de feiras. Essa distribuição pode ser observada na tabela 14.

Tabela 14 – Distribuição das feiras de arte por meses do ano

Mês	Nº de feiras
Janeiro	18
Fevereiro	25
Março	26
Abril	24
Maio	22
Junho	21
Julho	12
Agosto	11
Setembro	32
Outubro	34
Novembro	45
Dezembro	11
Total	**281**

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados divulgados pela revista ArtForum, pela plataforma ArtBinder e pelo relatório International Fair Report (2016).

Nesse sentido, podemos resgatar a proposta de Jansson e Power (2008) ao enquadrar as feiras como eventos cíclicos, uma vez que elencam um ciclo contínuo de eventos. Ao associar as feiras de arte ao conceito de rede, deve-se ter em conta que a diversidade de agentes evolvidos nessa estrutura. Yogev e Grund (2012), por exemplo, ressaltam as galerias:

> outra razão para as galerias participarem de feiras em todo o mundo é expandir a rede de conexões com outras galerias. Essas conexões com galerias internacionais podem levar à troca de exposições, à co-representação de artistas e ao conhecimento de outros atores da comunidade artística global (YOGEV; GRUND, 2012, p. 29, tradução nossa).[54]

Dessa forma, galerias e demais agentes do circuito que estão presentes nas feiras são beneficiados se acompanham o ciclo de eventos constituído pelas feiras de arte, periodicamente e em diferentes locais. Morgner (2014) entende a própria feira de arte como uma rede. Segundo o autor, as feiras de arte ligam comerciantes (galerias e marchands), profissionais do setor e colecionadores de diferentes locais proporcionando uma observação mútua. Dessa rede resultam as vendas de obras de arte, a apresentação de novos artistas e o estabelecimento de critérios para os agentes do mercado de arte. As feiras atuariam, assim, de forma a fortalecer as relações do circuito de arte.

Além disso, as feiras possuem diferentes perfis ou especialidades, podendo voltar-se para a arte contemporânea ou incluir uma maior variedade de obras, inclusive antiguidades. Algumas feiras, como SP-Arte, também recebem expositores da área de design voltados para mobílias. As feiras consideradas nesse estudo distribuem-se entre os perfis apresentados na tabela 15.

[54] Another reason for galleries to participate at fairs all over the world is to expand the network of connections with other galleries. Such connections with other international galleries may lead to exchange of exhibitions, co-representation of artists, and acquaintance with further actors in the global art Community (Yogev; Grund, 2012, p. 29).

Tabela 15 – Perfil das feiras de arte

Tipo	Nº de feiras
Arte Contemporânea	146
Arte Moderna e Contemporânea	46
Arte e Antiguidades	30
Fotografia	18
Arte e Design do Séc. XX	5
Arte Etnográfica e Tribal	5
Arte Contemporânea e Design	4
Gravuras e Desenhos	4
Old Masters	3
Antiguidades	2
Arte Contemporânea Africana	2
Belas-Artes	2
Desenhos	2
Old Master Drawings	2
Outsider Art	2
Antiguidades e Arte decorativa	1
Arte Asiática	1
Arte Decorativa	1
Arte não-europeia	1
Arte Pré-Séc XXI	1
Artes e Antiguidades	1
Street Art	1
Video Art	1
Total	**281**

Fonte: Elaboração própria com base nos dados apresentados pelo relatório International Fair Report e levantamento próprio.

A partir dessa distribuição nota-se que feiras são especializadas em determinadas modalidades artísticas. A maior parte está voltada para arte contemporânea, podendo incluir outras modalidades. Nota-se uma grande variedade, incluindo perfis como arte etnográfica e tribal, desenhos e fotografia. Esta última ganha destaque, ocupando o quarto lugar em quantidade de feiras. Assim, além do crescimento no número, podemos falar na especialização das feiras de arte, voltadas para diferentes modalidades artísticas.

Em relação ao número de visitantes, é interessante observar o ranqueamento elaborado através das informações sintetizadas pelo site Artnews, voltado para divulgação de eventos e estatísticas do circuito de arte. O site divulgou as informações sobre as edições de 2015, que constam na tabela 16.

Tabela 16 – Maiores feiras de arte em visitantes

Ranking	Feira	Visitantes
1	Arco Madri	92.000
2	Art Miami	82.500
3	ArtBA	77.000
4	Art Basel	74.567
5	Contemporary Istambul	74.000
6	FIAC	73.000
7	India Art Fair	67.000
8	Armony Show NY	65.000
9	Art Basel Miami Beach	65.000
10	TEFAF	65.000

Fonte: Elaboração própria a partir de dados coletados do site Artnews (2015).

Há grande diferença entre o número de visitantes das feiras. Em primeiro lugar encontra-se a feira realizada em Madri, Arco Madri, seguida pela Art Miami. Em terceiro lugar, a ArtBA, feira argentina realizada em Buenos Aires, chama atenção para o público existente para esse tipo de evento na América Latina. Além dela, as feiras Contemporary Istambul e India Art Fair também têm destaque.

Através dos dados apresentados, é possível constatar que o circuito de arte no período da globalização alcança um elevado nível de internacionalização, principalmente através de eventos que se organizam em escala global. Nesse sentido, as feiras contribuem para o processo de globalização (BENHAMOU, 2007), organizadas com o objetivo de atrair agentes do circuito de arte de diferentes lugares em um mesmo local.

Assim, feiras constituem-se como momentos interessantes não só para as galerias. Essas aglomerações transcendem a comercialização, oferecendo acesso ao complexo em que consiste o circuito de arte. Expositores e visitantes utilizam as feiras como plataforma para se envolver em negócios e outras atividades, obtendo e transmitindo informações (JANSSON; POWER, 2005). Daí o interesse dos diversos agentes em participar das feiras, sejam galerias, revistas, representantes de instituições tais como museus, ou colecionadores, já que facilitam os contatos sociais ou networks. Reforçando essa característica das feiras, Stocco (2016) argumenta que

> O evento que coloca em maior evidência os valores e interesses de galeristas, colecionadores, artistas e críticos-curadores é a feira de arte contemporânea. Isso porque, em primeiro lugar, as feiras concentram os atores do mercado de arte (por mais que a presença de artistas seja reduzida). Em segundo lugar, nas feiras é mais notória a diferença entre os integrantes do mundo da arte contemporânea e os grupos

> heterogêneos que visitam a feira nos dias abertos para público pagante (STOCCO, 2016, p. 116).[55]

Nesse sentido, a quantidade desses eventos na atualidade levanta a necessidade de não as analisar de forma isolada, mas como componentes de uma grande rede de feiras que se distribuem ao longo do ano e que ditam o ritmo ao circuito de arte, junto a outros eventos, tais como leilões e exposições. A própria distribuição das maiores feiras apontadas na tabela 14 permite a visualização desse calendário, uma vez que se distribuem ao longo do ano e pautam o cronograma seguido pelas galerias e demais agentes do circuito a elas associadas.

Esse calendário global de feiras de arte dita um ritmo e ao mesmo tempo indica as grandes concentrações desse tipo de evento entre os diferentes países. Assim, "a localização geográfica torna-se portadora de um valor estratégico ainda mais seletivo. As vantagens locacionais são fortalecidas e os lugares passam a ser cada vez mais diferenciados pelo seu conteúdo [...]" (DIAS, 2012, p. 157). A análise das feiras de arte deflagra essa valorização diferencial dos lugares, utilizados de forma estratégica.

Por isso, o calendário de feiras e sua distribuição propicia a discussão sobre redes no circuito de arte. A rede, segundo Dias (2012), "aparece como instrumento que viabiliza exatamente essas duas estratégias: circular e comunicar" (DIAS, 2012, p. 147). Uma vez postos os objetivos das feiras de arte, centrados nas vendas e na circulação de informações, a multiplicação desses eventos na atualidade leva a entendê-las como distribuídas em rede, conformando assim uma rede de feiras (THOMPSON, 2011).

Segundo Santos, "a existência das redes é inseparável da questão do poder" (SANTOS, 2012 [1996], p. 270). Na rede conformada pelas feiras de arte, aspectos como a discrepância do número de eventos entre os diferentes países, a origem das galerias participantes e o próprio tamanho das feiras – resultante da maior ou menor capacidade de atração de participantes, seja na forma de galeristas ou visitantes – apontam as disparidades originadas do poder exercido pelos lugares. É nesse sentido que podemos analisar a concentração de feiras nas cidades de Nova York, Londres e Paris, indicando a grande capacidade de articulação dessas cidades e sua inserção na economia global, resultando na atração de atividades que vejam nessas características uma vantagem.

[55] A autora ressalta a feira de arte contemporânea, embora, conforme indicado na tabela 16, as feiras de arte possuam diferentes perfis.

Para Morgner (2014) “as redes, então, não são fenômenos estáticos, mas se desenvolvem com o tempo. A reputação de uma galeria é assim afetada pela rede de afiliações interligadas e, portanto, molda toda a rede, o que afeta o prestígio e o status dos outros (MORGNER, 2014, p. 41, tradução nossa)[56]. As feiras de arte, junto a outros eventos do circuito, pautam a dinâmica dos agentes envolvidos em uma constante construção de valores. Assim, as possibilidades geradas nas feiras de arte são, muitas vezes, decisivas para o estabelecimento das galerias de arte e demais agentes do circuito. Além disso, a interdependência desses eventos é característica do período atual e sinaliza um fator determinante para os atores hegemônicos envolvidos (SANTOS, 2013 [1994]).

Para refletir sobre isso retomamos a citação de Santos (2014 [2004], p. 158), ao afirmar que “o mundo em movimento supõe uma permanente redistribuição dos eventos, materiais ou não, com uma valorização diferencial dos lugares”. Esse é o próprio movimento do circuito de arte, em uma constante construção de valores elencada pelas feiras. Esses eventos impactam na reputação das galerias e influenciam diretamente aquilo que se reconhece como obra de arte. Esta, assim, está envolvida em um processo de legitimação e consagração que extrapola os valores subjetivos e depende da visibilidade e status de seus mediadores. Nesse sentido, as feiras atuam como catalizadores desse processo de legitimação e consagração da obra de arte, dos artistas, das galerias e demais agentes envolvidos. O sucesso dessa ação, por sua vez, depende do próprio reconhecimento da feira no circuito.

2.3 A exposições de arte: algumas distinções das feiras e sua importância no circuito

As grandes exposições de arte, tais como aqueles conhecidas como bienais, constituem para Anjos (2005, p. 46) uma “plataforma privilegiada dos embates contínuos de legitimação simbólica”. Daí sua importância dentro do circuito de arte, já que artistas veem nelas uma forma de construir uma boa reputação e obter reconhecimento. Além disso, as exposições promovem a legitimação das obras ali expostas, exercendo assim um caráter pedagógico semelhante àquele exercido pelo museu de arte, que possui grande poder no processo de consagração (QUEMIN; FIALHO; MORAES, 2014).

[56] Networks, then, are not static phenomena, but instead develop over time. The reputation of a gallery is thus affected by the web of interlocking affiliations, and therefore shapes the whole web, which affects the prestige and status of others (MORGNER, 2014, p. 41).

Chin-Tao (2012 [2009]) comenta sobre as grandes exposições de arte, genericamente nomeadas como "bienais", ainda que ocorram em intervalos maiores, como a alemã Documenta de Kassel, realizada a cada 5 anos.

> Uma estrutura institucional cada vez mais popular para a realização de exposições de larga escala — alguns especialistas se referem à "bienalização do mundo da arte contemporânea" —, a bienal é geralmente compreendida como um festival internacional de arte contemporânea que acontece a cada dois anos (CHIN-TAO, 2012, p. 110).

Para a autora, dois termos caracterizam as chamadas bienais: internacional e festival. Esses termos possuem relação de dependência, já que sem a diversidade de nacionalidades entre participantes esses eventos não teriam caráter festivo. Pressupõe-se, portanto, que as bienais incluam artistas de todos os continentes, o que é considerado como imperativo para legitimidade e sucesso do evento (CHIN-TAO, 2012 [2009]).

É interessante analisar o desenvolvimento dos eventos que constituem as grandes exposições de arte. Organizadas geralmente a cada dois ou três anos, as exposições marcam determinados locais por seu conteúdo artístico e atraem milhares de participantes. Tang (2011) enfatiza a importância desses eventos do circuito de arte para os países, uma vez que "hospedar uma bienal ou tomar um pavilhão também equivale a uma declaração de ter chegado a um nível certo de poder cultural (TANG, 2011, p. 79, tradução nossa).[57] No quadro 11 apresentamos a evolução do número desses eventos no mundo divulgados pela Biennial Foundation, organização independente sem fins lucrativos criada em 2009 e que, entre outros, divulga e contribui para a organização de exposições de arte, entre elas as chamadas bienais.

[57] Hosting a biennale or taking a pavilion is also tantamount to a declaration of having arrived at a certain level of cultural power (TANG, 2015, p. 79).

Quadro 11 – Evolução do número de grandes exposições de arte no mundo

Ano	Nome	Cidade	País	Periodicidade
1895	Bienal de Veneza	Veneza	Itália	2 anos
1896	Carnegie International	Pittsburgh	EUA	3 anos
1932	Whitney Biennial	Nova York	EUA	2 anos
1951	Bienal de São Paulo	São Paulo	Brasil	2 anos
1955	Documenta Kassel	Kassel	Alemanha	5 anos
1972	Sculpture Quadrennial Riga	Riga	Letônia	4 anos
1973	The Biennale of Sydney	Sydney	Austrália	2 anos
1973	Atlanta Biennial	Atlanta	EUA	2 anos
1977	Skulptur Projekte Münster	Münster	Alemanha	10 anos
1980	Venice Architecture Biennale	Veneza	Itália	2 anos
1984	Bienal de La Habana	Havana	Cuba	2 anos
1985	Bienal de Cuenca	Cuenca	Equador	2 anos
1987	Istanbul Biennial	Istambul	Turquia	2 anos
1990	Dak'art	Dakar	Senegal	2 anos
1991	La Biennale de Lyon	Lyon	França	2 anos
1991	Lofoten International Art Festival	Svolvær	Noruega	2 anos
1992	Taipei Biennial	Taipei	Taiwan	2 anos
1993	Sharjah Biennial	Sharjah	EAU	2 anos
1994	Bermuda Biennial	Hamilton	Bermuda	2 anos
1995	Gwangju Biennale	Gwangju	Coreia do Sul	2 anos
1995	Santa Fe International Biennial	Santa Fe	EUA	2 anos
1996	Manifesta	Itinerante	Itinerante – Europa	2 anos
1996	Shanghai Biennial	Shangai	China	2 anos
1997	Florence Biennale	Florença	Itália	2 anos
1998	Berlin Biennale	Berlin	Alemanha	2 anos
1998	Liverpool Biennial	Liverpool	Inglaterra	2 anos
1998	La Biennale de Montréal	Montreal	Canadá	2 anos
1998	Busan Biennale	Busan	Coreia do Sul	2 anos
2000	SeMa Biennale	Seul	Coreia do Sul	2 anos
2001	Yokohama Triennale	Yokohama	Japão	3 anos
2001	Goteborg International Bienal	Goteborg	Suécia	2 anos
2002	Manif d'art	Québec	Canadá	2 anos
2003	Beijing International Art Biennale	Beijing	China	2 anos
2003	Contour Biennial of Moving Image	Mechelen	Bélgica	2 anos
2003	Brighton Photo Biennial	Brighton	Reino Unido	2 anos
2004	Performa	Nova York	EUA	2 anos
2006	Singapore Biennale	Stamford Court	Singapura	2 anos
2006	TarraWarra Biennial	Victoria	Austrália	2 anos
2008	Prospect new Orleans	New Orleans	EUA	Irregular
2008	Taiwan Biennial	Taichung	Taiwan	2 anos
2008	Canakkale Biennial	Canakkale	Turquia	2 anos
2009	Colombo Art Biennale	Colombo	Sri Lanka	2 anos
2009	Northern Print Biennale	Stepney Bank	Reino Unido	2 anos
2010	Aichi Triennale	Aichi	Japão	3 anos
2010	Setouchi Triennale	Takamatsu	Japão	3 anos
2011	Kochi-Muziris Biennale	Kerala	Índia	2 anos
2012	Qalandiya International	Jerusalém	Israel	2 anos
2013	Jerusalem Biennale	Jerusalém	Israel	2 anos
2013	Sapporo International Art Festival	Sapporo	Japão	3 anos
2016	Okoyama Art Summit	Okoyama	Japão	3 anos
2016	Changwon Sculpture Biennale	Changwon	Coreia do Sul	2 anos
2016	Kenpoku Art	Kenpoku	Japão	2 anos
2016	Yinchuan Biennale	Yinchuan	China	2 anos

Fonte: Elaboração própria com base nos dados apresentados no site da Biennial Foundation.

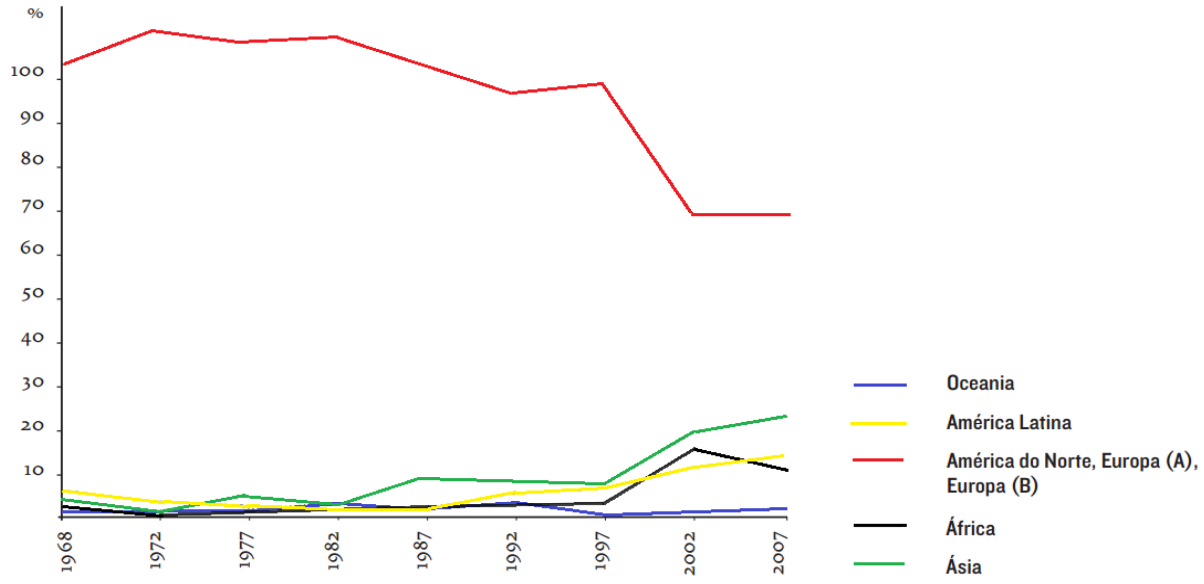
As grandes exposições contidas no quadro têm grande prestígio e reconhecimento internacional. A primeira data no século XIX, a Bienal de Veneza. O total de exposições divulgadas aponta uma considerável concentração em poucos países. Nessa lista, Estados Unidos e Japão são os países com maior número de exposições, com 6. Em seguida, a Coreia no Sul apresenta 4 exposições, e Alemanha, Itália, Reino Unido e China apresentam 3. Na América Latina, ganham destaque a Bienal de São Paulo, criada em 1951 e por isso uma das primeiras exposições nesse formato, e a Bienal de La Havana, criada em 1984.

Além da concentração de exposições em poucos países, é possível observar o grande aumento do número de exposições ao longo dos anos. Na década de 1980, 4 novas exposições foram organizadas, somando, no total, 13. Na década de 1990, surgem 15, e entre 2000 a 2016, 25 novas exposições passam a compor o calendário artístico global. Esse crescimento sugere a importância desse tipo de evento para o circuito de arte.

Chin-Tao (2012 [2009]) elabora uma análise das edições da Documenta de Kassel, exposição de grande reconhecimento no circuito de arte, realizadas entre 1968 e 2007 para subsidiar uma discussão acerca da abrangência das grandes exposições, e assim apontar as polarizações e hierarquias que marcam o setor. Analisa a origem dos artistas e a migração dos mesmos, considerando as atuais residências, com o objetivo de mapear as mudanças que se deram no foco das grandes exposições, e questionar se as mesmas servem como filtro dos países ocidentais com maior participação no circuito de arte para determinar o acesso de artistas de origem em países com menor participação.

Para a análise, a autora utiliza categorias regionais tradicionais, América do Norte, América Latina, África, Ásia e Oceania e Europa, esta última sendo dividida em Europa A, composta por Alemanha, Itália, Reino Unido, França, Suíça, Áustria, Holanda, Bélgica e Espanha, e Europa B, grupo composto pelos demais países europeus com menor tradição no circuito de arte. Propõe, então, os gráficos a seguir. O gráfico 6 representa o local de nascimento dos artistas participantes em porcentagem. Depois, o gráfico 7 representa o local de residência dos artistas no período estabelecido. O gráfico 8 indica a migração dos artistas entre as regiões consideradas durante o período estabelecido.

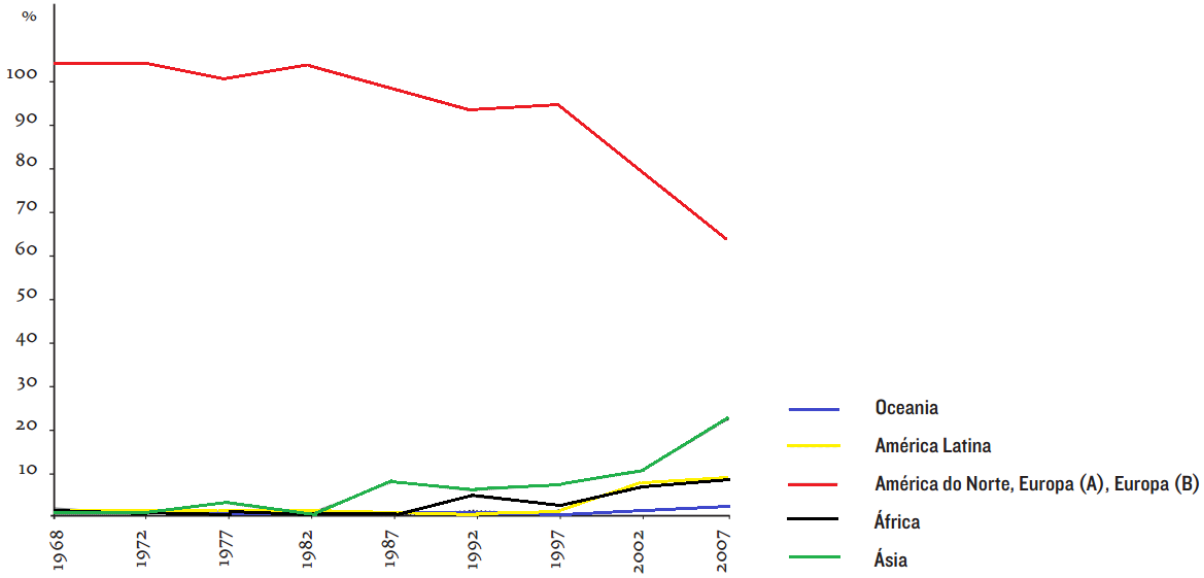
Gráfico 6 – Origem dos artistas exibidos da Documenta entre 1968 e 2007



Fonte: Chin-Tao (2012 [2009]). Adaptado.

No gráfico 6 é possível visualizar que, inicialmente, a maioria (mais de 90%) dos artistas exibidos na Documenta tinham origem no grupo formado por América do Norte, Europa A e Europa B. No final do período considerado há uma diminuição considerável de artistas com essa origem, e maior naqueles procedentes da Ásia e América Latina. Contudo, a diferença do percentual entre este grupo e os demais permanece alta. A origem dos artistas participantes, é, por tanto, majoritariamente procedente do grupo composto pelos países mais tradicionais no circuito.

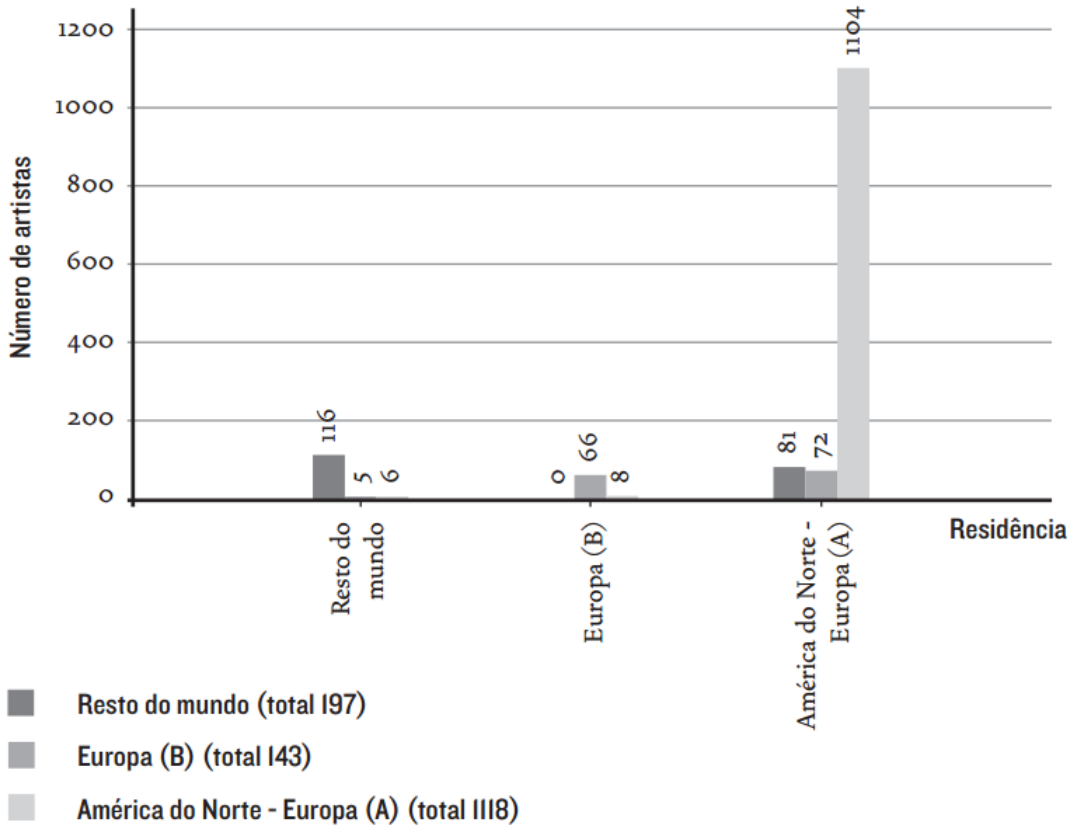
Gráfico 7 – Residência dos artistas exibidos da Documenta entre 1968 e 2007



Fonte: Chin-Tao (2012 [2009]). Adaptado.

A partir do gráfico 7 é possível notar que, entre os anos iniciais da exposição, houve migração de artistas oriundos de outras regiões para América do Norte, Europa A e Europa B. No ano de 1982, quase 100% deles viviam na América do Norte ou Europa, porcentagem que começa a diminuir em 1997, representando 76%, e chegando a 61% em 2007.

Gráfico 8 – Migração dos artistas exibidos na Documenta entre 1968 e 2007



Fonte: Chin-Tao (2012 [2009]).

O gráfico 8, conforme sugerido pela autora, indica as direções do "fluxo artístico" no período considerado. Assim, para os artistas oriundos da América do Norte e Europa A, quase 93% dos movimentos migratórios ocorre dentro das mesmas regiões. Para artistas oriundos da Europa B, cerca de 89% das migrações são direcionadas para América do Norte e Europa A. Para os artistas de origem na América Latina, Ásia ou África, mais de 92% dos movimentos migratórios tem como direção a América do Norte e Europa A. A partir dessas análises, a autora reconhece por fim que

> As bienais, mecanismo institucional mais popular nas últimas décadas para a organização de exposições de arte de larga escala, revelam, apesar das alegações democráticas e anticolonialistas, ainda incorporar as estruturas tradicionais de poder do mundo da arte contemporânea ocidental; a única diferença é que a palavra "ocidental" foi

> silenciosamente trocada por uma mais popular, a palavra "global" (CHIN-TAO, 2012 [2009], p. 116).

Ao analisar os dados obtidos pela autora pode-se estender a discussão acerca da influência do poder do mundo da arte contemporânea ocidental, pontuando a pequena visibilidade de regiões como a América Latina e a que se refere ao continente africano, menor do que aquela representada pela Ásia. Ao constatar as diferentes valorizações e influências que determinadas regiões exercem sobre outras a partir desses eventos, é necessário refletir sobre suas consequências para a atuação dos diferentes países. Sob a ótica do circuito de arte, é possível interpretar a concentração de exposições e também os movimentos migratórios reconhecidos por Chin-Tao (2012 [2009]), revelando hierarquias que se impõem no nível dos territórios e que orientam condições desiguais entre os agentes do circuito.

* * *

Para Tang (2011), "bienais e feiras de arte são eventos culturalmente legitimadores" (TANG, 2011, p. 75)[58]. Comparando as diferenças qualitativas e ideológicas desses dois eventos, a autora ressalta que as bienais são ostensivamente curadas a partir de projetos que incluem obras de todo o mundo, inclusive de artistas não representados por galerias, e que são organizadas segundo um propósito e política estabelecida pelo curador. As feiras, por sua vez, são organizadas em torno das galerias, que procuram vender obras de seus artistas representados e aumentar as vendas realizadas em suas próprias sedes.

Assim, a autora afirma que "ao contrário da feira, o principal produto de uma bienal é o capital simbólico, com sua necessária supressão do capital econômico, para manter um mito de espaço de exibição neutro objetivamente de acordo com o valor de uma obra de arte desinteressada" (TANG, 2011, p. 78, tradução nossa).[59] Nessa condição em que se organizam as bienais e utilizando os dados trazidos por Chin-Tao (2012 [2009]), a autora defende que há uma "fantasia da dissolução da soberania do Estado" (TANG, 2011, p. 81, tradução nossa)[60], uma vez que os países não serão representados em igualdade.

---

[58] Biennales and art fairs are both culturally legitimating events (TANG, 2011, p. 75).
[59] Unlike the fair, the primary product of a biennale is symbolic capital, with its necessary suppression of economic capital, to maintain a myth of neutral exhibition space objectively according value to a disinterested work of art (TANG, 2011, p. 78).
[60] The fantasy of the state's dissolution of sovereignty (TANG, 2011, p. 81).

A análise das grandes exposições realizada por Chin-Tao (2012 [2009]) pode ser associada àquela contida no tópico anterior, acerca das feiras de arte e à reflexão sobre esses dois eventos trazida por Tang (2011). A partir do enfoque geográfico do circuito de arte, essas análises revelam que feiras e bienais também se relacionam com a capacidade econômica e consequente posicionamento dos países na economia global.

Tendo em conta que "o conhecimento empírico da simultaneidade dos eventos e o entendimento de sua significação interdependente são um fator determinante da realização histórica, ao menos para os setores hegemônicos da vida econômica, social e política" (SANTOS, 2013 [1994], p. 118), reconhecemos no circuito de arte, junto às feiras e bienais, uma visibilidade desigual dos países relacionada às condições que extrapolam o conteúdo artístico em si e remontam fatores socioeconômicos. Assim, associamos a proposta de Tang (2011) sobre a fantasia da dissolução da soberania presente nas bienais ao circuito de arte como um todo, uma vez que o reconhecimento creditado aos artistas e às produções artísticas nacionais são hierarquizadas a partir do poder exercido pelos países.

3 O CIRCUITO DE ARTE NO BRASIL

Reconhecer os processos que levaram à consolidação de um circuito de arte em determinada cidade, seja ela qual for, exige levar em conta os contextos que embasaram o desenvolvimento artístico, associado a fatores políticos, econômicos e sociais, que se reconhecem, por sua vez, no urbano. Sobre isso, Durand (2013) afirma que

> um bom entendimento de por que alguma urbe atingiu e manteve, durante certo lapso, posição de centralidade no espaço cultural nacional exige um esforço que avalie, à luz da história política e econômica, as vantagens relativas que ela, ao menos temporariamente, apresentou (DURAND, 2013, p. 74).

A fim de subsidiar um bom entendimento, conforme apontado pelo autor, sugerimos que as economias políticas conformadas pelas cidades promovem diferentes reconhecimentos e acessos à produção, circulação e consumação de objetos artísticos. Economia política essa que diz respeito "a forma como a cidade, ela própria, se organiza, em face da produção e como os diversos atores da vida urbana encontram seu lugar, em cada momento, dentro da cidade" (SANTOS, 2012 [1994], p. 114).

É nesse sentido que analisaremos o desenvolvimento do circuito de arte na cidade de São Paulo, cujas condições diversas proporcionaram o afloramento e consolidação de iniciativas no setor artístico, culminando no surgimento da SP-Arte. Um breve resgate histórico, que elenca o processo de desenvolvimento do circuito, a atual distribuição das galerias de arte pela cidade e uma análise mais aprofundada da feira SP-Arte subsidiarão o debate sobre as possíveis relações do circuito de arte e a economia política da cidade. Depois, comentaremos sobre a participação do Brasil no circuito internacional, elencando alguns pontos como a importação e exportação de obras de arte pelo Brasil, o projeto Latitude e as feiras internacionais de arte realizadas no Brasil. Por fim, a partir da discussão trazida pela pesquisa, comentaremos sobre o circuito de arte a partir de uma abordagem teórica.

3.1 São Paulo: dos salões de arte à feira SP-Arte

Em São Paulo, o circuito de arte desenvolveu-se à medida que a cidade cresceu sob os parâmetros culturais apresentados em cidades europeias, sobretudo por Paris, onde

desponta a arte moderna[61]. Principal centro artístico do mundo ocidental, Paris possuía grande visibilidade internacional e no Brasil exerceu grande influência num primeiro momento na cidade do Rio de Janeiro (BUENO, 1995). Capital nacional até meados da década de 1950, foi no Rio de Janeiro que o circuito de arte brasileiro se sofistica e inclui a primeira instituição artística do país, a Academia Imperial de Belas Artes, depois transformada em Museu Nacional de Belas Artes.

Entre o final do século XIX e início do século XX, São Paulo acirra a disputa pela hegemonia cultural com a cidade do Rio de Janeiro através da institucionalização e internacionalização da produção artística e cultural (SPRICIGO, 2009) e assume grande protagonismo nesse setor, à medida que as condições econômicas impulsionam a diversificação das atividades ali realizadas.

> Os efeitos do ciclo do café no desenvolvimento econômico e crescimento da malha urbana da cidade fez-se sentir em tamanha concentração de poder, que São Paulo passou a ser reconhecido como polo econômico mais importante e referencial às diretrizes que comandavam o destino do país. Ao participar do processo de internacionalização da economia e consequente formação de monopólios e oligopólios, mesmo na condição primário-exportadora, São Paulo assumiu configuração estética e padrões culturais importados dos centros mais dinâmicos do capitalismo mundial (MOREIRA, 1997, p.95).

Forte (2010) aponta que em São Paulo a partir do fim do século XIX "um seleto grupo formado por pessoas provenientes das altas camadas sociais, geralmente ligadas pelos laços de sangue, amizade ou por outros interesses, sentiram-se motivadas a participar dos salões culturais organizados nas mansões dos mecenas" (FORTE, 2010, p. 272). Essa tradição dos salões por sua vez tem origem na influência cultural francesa, manifestada inicialmente na cidade do Rio de Janeiro. Naquele contexto, "os Salões apareciam como principal meio instituído para dar visibilidade à produção artística" (SPRICIGO, 2009, p. 140), e também passam a ser organizados na capital paulista.

Amparados pela burguesia paulistana, foram organizados na cidade diversos espaços destinados à exposição e comercialização de obras de arte. Entre eles, além das residências familiares, eram utilizados hotéis, teatros, jornais, revistas, associações

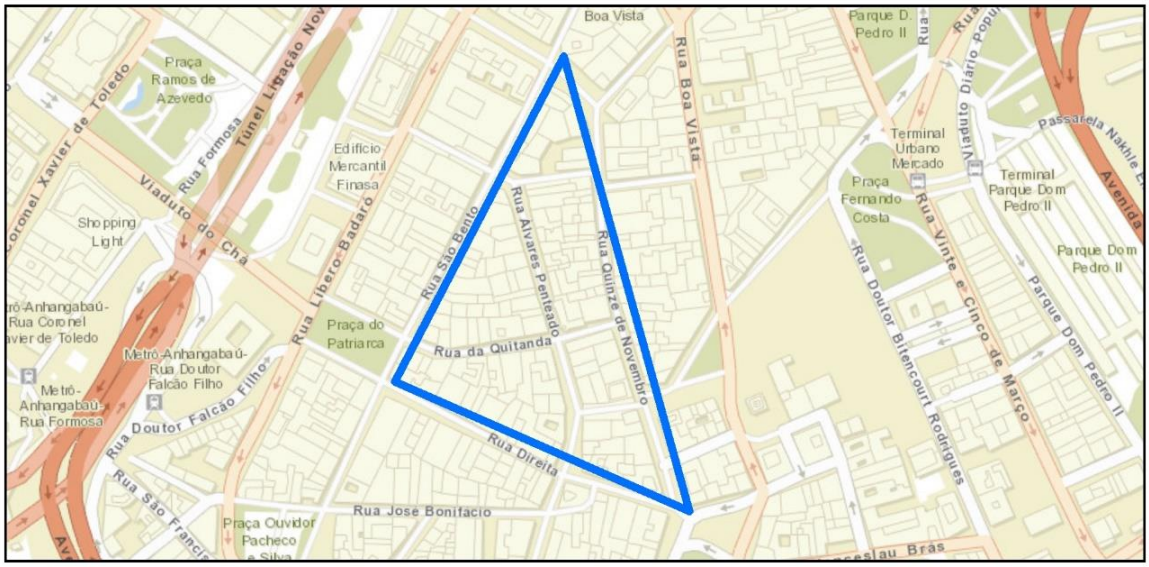
[61] Em nosso Trabalho de Graduação Individual, "O circuito da arte em São Paulo: uma análise sobre a presença da atividade artística no espaço urbano", comentamos sobre o circuito de arte na cidade de São Paulo antes desse período, ressaltando os espaços expositivos da época, as escolas de arte, a Semana de 1922, entre outros. Assim, trouxemos alguns aspectos que subsidiam a análise do processo histórico até o Pós-2ª Guerra.

comerciais, cafés, instituições de ensino e salões alugados ou cedidos (ROSSI, 2003). Assim,

> a ausência de galerias de arte que permitissem ao artista pleitear o reconhecimento do seu trabalho – salvo por algumas obras que integravam o patrimônio de igrejas e edifícios públicos – e de um mediador especializado como o marchand, acabou por criar espaços alternativos e transformou segmentos não especializados da capital em um dos mais importantes agentes que atuaram no cenário artístico da capital, criando, pouco a pouco, condições para o estabelecimento de um mercado produtor e consumidor com maiores ambições. O germe do mecenas, do marchand, e o início da institucionalização das galerias artísticas começou a ser esboçado nesse período (ROSSI, 2003, p. 101).

Nesse momento, esses estabelecimentos localizavam-se na área central da cidade – onde estava o único museu especializado em arte, a Pinacoteca do Estado, inaugurada em 1905 – e marcam então um circuito de arte ainda incipiente. Rossi (2003) sugere que se concentravam na área chamada triângulo central, que abrangia as Ruas Direita, São Bento e 15 de Novembro, e que pode ser visualizada na figura 6.

Figura 6 – Área do triângulo central



Fonte: Elaboração própria com base em Rossi (2003).

A Semana de Arte Moderna de 1922 é emblemática desse período, empreendida pela elite paulistana em associação às influências modernistas europeias. O evento simbolizava um contraponto em relação à cultura colonial representada pela cidade do Rio de Janeiro (SPRICIGO, 2009). Ao mesmo tempo, evidenciava as contradições existentes naquele momento em São Paulo, já que, ao mesmo tempo que se pretendia um evento de "emancipação nacional" no que se refere aos movimentos estéticos, é levada à

cabo pela elite que, conservadora, na prática se contrapunha aos ideais de ruptura e emancipação sugeridos pelo modernismo europeu.

Segundo Fioravante (2012) a profissionalização do mercado de arte no Brasil – e aqui sugerimos uma expansão para o circuito de arte como um todo, uma vez que as práticas comerciais se relacionam com outros momentos que integram o circuito – se deu após a eclosão da Segunda Guerra mundial. Alguns imigrantes que vieram ao Brasil após a destruição do continente europeu trouxeram experiências no campo artístico e suas coleções se arte. Vários deles abriram suas primeiras galerias de arte com os investimentos obtidos a partir da venda de suas coleções particulares, conferindo maior dinâmica ao circuito[62].

Esse momento do Pós-Guerra, segundo Oliveira (2001), dá início a um novo tipo de mecenato artístico. Anteriormente o mecenato era empreendido por integrantes da burguesia local – famílias tradicionais como a Prado e Penteado – que "empenhavam-se numa tarefa civilizadora, numa São Paulo provinciana" (OLIVEIRA, 2001, p. 19), auxiliando diretamente os artistas. A partir da década de 1940, porém, ganha notoriedade a participação de corporações empresariais apoiando a criação de instituições artísticas.

Se Paris foi a influência pioneira em relação ao modernismo para São Paulo, outro país consolida-se como protagonista na expansão e fortalecimento desse movimento estético para a capital paulista. Os Estados Unidos, país de tradições emergentes cultivadas pela diversidade de imigrantes ali radicados e que construíram um campo para a arte moderna, tomam a frente desse processo, contribuindo para a sofisticação do circuito de arte. Esse processo por sua vez foi reforçado pelo desenvolvimento econômico do país e pelo desejo de legitimação cultural dos estadunidenses frente aos europeus, no contexto do Pós-Segunda Guerra Mundial (BUENO, 1995). Na prática, se dará a partir dessa nova proposta de mecenato, em que corporações empresariais promovem o patrocínio de instituições, tais como museus de arte.

> Trata-se ainda do período em que os Estados Unidos surgem como a nova hegemonia econômica e a nação defensora dos valores civilizatórios oriundos da modernidade europeia. Rapidamente, o centro da arte ocidental desloca-se da Europa Central para Nova Iorque,

[62] Entre esses imigrantes, pode-se ressaltar figuras como Giuseppe Baccaro, que atuou como galerista; Pietro Maria Bardi, também galerista e conhecido pela organização e direção do MASP; e Arturo Profili, que além de galerista foi secretário-geral da Bienal de São Paulo. Assim, era comum a conciliação do ofício de galerista com atividades em museus e exposições (BERTOLOSSI, 2014).

> e tal reconfiguração na geopolítica das artes seria marcante para os países latino-americanos, em especial para o Brasil e para São Paulo que almeja o posto de uma das grandes capitais da arte moderna (SPRICIGO, 2009, p. 141).

Tendo em conta a influência do movimento modernista no desenvolvimento do circuito de arte em São Paulo, algumas reflexões podem ser feitas para auxiliar a análise dessa relação, além daquela entre o modernismo e a própria configuração urbana, uma vez que "as práticas estéticas e culturais têm particular suscetibilidade à experiência cambiante do espaço e do tempo exatamente por envolverem a construção de representações e artefatos espaciais a partir do fluxo da experiência humana" (HARVEY, [1989] 2014, p. 293).

Essa relação entre o desenvolvimento do circuito junto à emergência do movimento estético representado pelo modernismo é analisada por Cauquelin (1991). Para a autora, a intensificação da produção industrial possibilitada pelo progresso técnico e científico também terá influência na produção, distribuição e consumo dos bens simbólicos. Esse momento coincide com a emergência da arte moderna[63], ligada, portanto ao momento em que o consumo é amplamente banalizado, representando a emergência do consumo de massa. A expansão do circuito de arte se dá, assim, com a expansão do consumo de obras de arte.

Segundo a autora, no período marcado pelo movimento estético modernista, "o espaço intermediário entre produtor e consumidor povoa-se de uma grande quantidade de figuras – do marchand ao galerista, passando pelos críticos, especuladores e colecionadores" (CAUQUELIN, 2005, p. 53). Nesse sentido, Bueno (1995) também analisa esse momento e contribui para a compreensão sobre as relações que o modernismo estabelece com as cidades, já que

> a modernidade em todas as em todas as esferas – da vida e da cultura – aparece ligada à emergência das massas urbanas e ao desenvolvimento tecnológico. Sob a nova condição que desponta, as antigas instituições que regulavam a sociedade e a economia com base nas tradições revelaram-se inoperantes. O século XIX assinalou o fortalecimento e a expansão das instâncias ligadas ao mercado, que passaram a operar como referência de organização do novo universo que se constituía. No mundo das artes o florescimento dos procedimentos modernos

[63] Nós nos serviremos então do termo moderno para qualificar certa forma de arte que conquista seu lugar (ao mesmo tempo que adota o nome) por volta de 1860 e se prolonga até a intervenção do que chamaremos de arte contemporânea (CAUQUELIN, 1991, p. 27).

> encontra-se associado à consolidação de uma cultura de mercado (BUENO, 1995, p. 4).

Na periodização da história de São Paulo proposta por Souza (1994) para subsidiar o estudo sobre a verticalização da capital paulista, esta encontrava-se no período nomeado como "metrópole locomotiva nacional"[64], quando "consolida sua importância econômica e acelera seu processo de urbanização" (SOUZA, 1994, p. 52). Essa situação provocará um movimento de crescimento e profissionalização do circuito de arte motivada por diversos fatores que se apresentam naquele momento.

Nesse contexto, o final da década de 1940 e a década de 1950 constituíram um grande marco para o circuito de arte na capital paulista, já sob os parâmetros do mecenato moderno, e demarcam o período em que se deu a autonomização da vida artística brasileira (BUENO, 2005). Em 1947 ocorre a inauguração do Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand[65] – o MASP – por Assis Chateaubriand, empresário do setor de comunicações, que "destacava-se como empresário da cultura que acenava para algo novo: o empreendimento cultural como uma forma de luta hegemônica (OLIVEIRA, 2001, p. 20). Nesse mesmo ano é inaugurada a primeira galeria voltada para arte moderna, a galeria Domus, criada por um casal de imigrantes italianos. A partir daí outras galerias do mesmo perfil se estabelecem, dando um caráter mais profissional à comercialização de obras de arte (BUENO, 2005).

Em 1949 é inaugurado o Museu de Arte Moderna de São Paulo, o MAM, empreendimento levado à cabo pelo industrial Francisco Matarazzo Sobrinho, também conhecido como Ciccillo. Poucos anos antes, em 1946, o Brasil havia recebido a doação de 14 obras de arte do magnata estadunidense Nelson Rockefeller, cujo objetivo era "mostrar o que a arte moderna tinha de melhor e ser representativo da multiplicidade e amplitude do pioneirismo cultual americano" (TOLEDO, 2015, p. 150). Esse conjunto de obras compõe o acervo embrionário do museu de arte moderna e constitui em um marco da influência estadunidense no setor artístico e cultural do Pós-Segunda Guerra (TOLEDO, 2015).

---

[64] Período que compreende os anos 1889 a 1945 (SOUZA, 1994).

[65] Inicialmente, o MASP ocupava uma sede provisória na Rua 7 de Abril, na região central de São Paulo, e em 1968 foi transferido para a sede na Avenida Paulista.

Em 1951, também por iniciativa de Ciccillo, é inaugurada a Bienal de São Paulo[66]. Nesse cenário, a Bienal representa uma tentativa de somar à capital paulista os conteúdos culturais existentes em outros países, sobretudo os EUA, e foi impulsionada pelo novo mecenato.

> Naquele momento, realizar uma bienal significava colocar a cidade de São Paulo no patamar das práticas sociais vividas pelas nações modernas. A bienal nasce, portanto, como um produto cultural construído a partir das relações entre determinados produtores culturais, instituídos a partir de relações sociais. Essas práticas sociais envolvem a vida econômica, o cotidiano da metrópole, a formação de uma nação tipicamente moderna e a intenção de acompanhar as práticas metropolitanas internacionais (OLIVEIRA, 2001, p. 19).

A inauguração do MASP, do MAM e da Bienal contribuem assim para uma maior dinamização do circuito de arte em São Paulo, inclusive por promover acesso à produção artística internacional. Além destas, outras iniciativas se dão nas cidades de São Paulo e Rio de Janeiro. Bueno (2005) sintetiza as instituições inauguradas no período entre 1946 a 1952 nas cidades de São Paulo e Rio de Janeiro, nomeadas como instâncias de consagração moderna e que ilustram a parceria entre corporações empresariais e as iniciativas artísticas, indicadas no quadro 12.

Quadro 12 – Instâncias de consagração moderna criadas entre 1946 e 1952

1947	Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand (MASP) Iniciativa de Assis Chateaubriand (Diários Associados, Rádio & TV Tupi)
1948	Museu de Arte Moderna de São Paulo (MAM) Iniciativa de Francisco Matarazzo Sobrinho (Industrial)
1949	Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro (MAM) Iniciativa de Niomar Muniz Sodré Bittencourt (Correio da Manhã)
1951	1ª Bienal de São Paulo Iniciativa de Francisco Matarazzo Sobrinho (Industrial)
1952	1º Salão Nacional de Arte Moderna do Rio de Janeiro Iniciativa da Comissão Nacional de Belas Artes - MEC

Fonte: Bueno (2005). Adaptado.

Anjos (2005) reflete sobre o movimento modernista como um fator que contribuiu para uma construção identitária hegemônica protagonizada pela região Sudeste do Brasil,

[66] Inicialmente, a Bienal de Arte Moderna foi realizada no Trianon, na Avenida Paulista. A área foi cedida pela prefeitura de São Paulo, patrocinadora da exposição. A partir da segunda edição, em 1953, passou a ser organizada no complexo arquitetônico projetado por Oscar Niemeyer no Ibirapuera, ocupando o Pavilhão das Indústrias, posteriormente nomeado como Pavilhão Ciccillo Matarazzo, também conhecido como Pavilhão da Bienal (SPRICIGO, 2009).

representada sobretudo pela cidade de São Paulo, e em menor medida pelo Rio de Janeiro. Nas palavras do autor,

> houve, certamente, uma ideia de Brasil que, formulada a partir do que é definido como região Sudeste – cuja elite longamente deteve o poder (político, econômico, simbólico) de nacionalizar uma fala local -, por várias décadas informou o reconhecimento, de quem vive no país ou fora dele, daquilo que seria especificamente nacional (ANJOS, 2005, p. 52).

Nesse contexto, os museus de arte moderna de São Paulo e do Rio de Janeiro, o MASP e a Bienal de São Paulo foram importantes para essa afirmação da região Sudeste, reconhecida pela arte moderna e brasileira. Em contraposição, a produção artística das demais regiões do Brasil não alcançava o mesmo reconhecimento (ANJOS, 2005).

A partir dos anos 1970 o número de galerias em São Paulo se expande, relacionado ao crescimento do mercado de arte no Brasil. Em 1977 já haviam 46 galerias na cidade (DURAND, 1990). Sobre essa expansão Bueno (2005) comenta que

> À frente do mercado predominavam europeus, fixados em São Paulo e no Rio de Janeiro desde a Segunda Guerra. Alguns, como Pietro Maria Bardi e Giuseppe Baccaro, vieram para trabalhar como técnicos especializados na organização dos museus e das bienais de arte no início dos anos 1950. O núcleo de colecionadores responsável por um comércio regular era quase todo de estrangeiros de origem judaica. O quadro só se modificou na virada dos anos 1970, quando surgiu a figura do comprador de arte brasileiro (BUENO, 2005, p. 390).

É interessante notar, portanto, como o circuito de arte no Brasil se sofistica e cresce incentivado pelo movimento modernista, e nesse processo acompanha o movimento de expansão urbana. Esse movimento de crescimento do circuito de arte está relacionado às condições proporcionadas pela metrópole paulista no período. Associamos a isso a afirmação de que "a circulação dos produtos, das mercadorias, dos homens e das ideias ganhou tal expressão, dentro do processo global de produção, que a urbanização passou a ser um dado fundamental na compreensão da economia" (SANTOS, 2012 [1994], p. 113).

Cordeiro (1980) aponta as mudanças espaciais do Centro Metropolitano – onde até então concentravam-se os espaços destinados à exposição e vendas de obras de arte – a partir da década de 1950, nas quais destacam-se o crescimento dos corredores comerciais na direção Sul e Sudoeste, incluindo entre outras as ruas Augusta e Pamplona, a Avenida Paulista e a alameda Santos. Os estabelecimentos ligados ao circuito de arte começam a ocupar essas novas áreas valorizadas da cidade.

Rolnik (2001) contribui para a análise do movimento de expansão do circuito de arte, associado à expansão urbana de São Paulo:

> Do ponto de vista urbanístico, os anos 70 marcaram o deslocamento do centro de consumo das elites, da cidade do Centro Histórico em direção à avenida Paulista e Jardins. Até essa data, a São Paulo metropolitana contava com um único centro, feito de duas partes: o "Centro Tradicional" (região do triângulo), constituído durante a primeira industrialização (1910-40), e o "Centro Novo" (da praça Ramos à praça da República), que se desenvolveu no pós-guerra (1940-60) (ROLNIK, 2001, p.45).

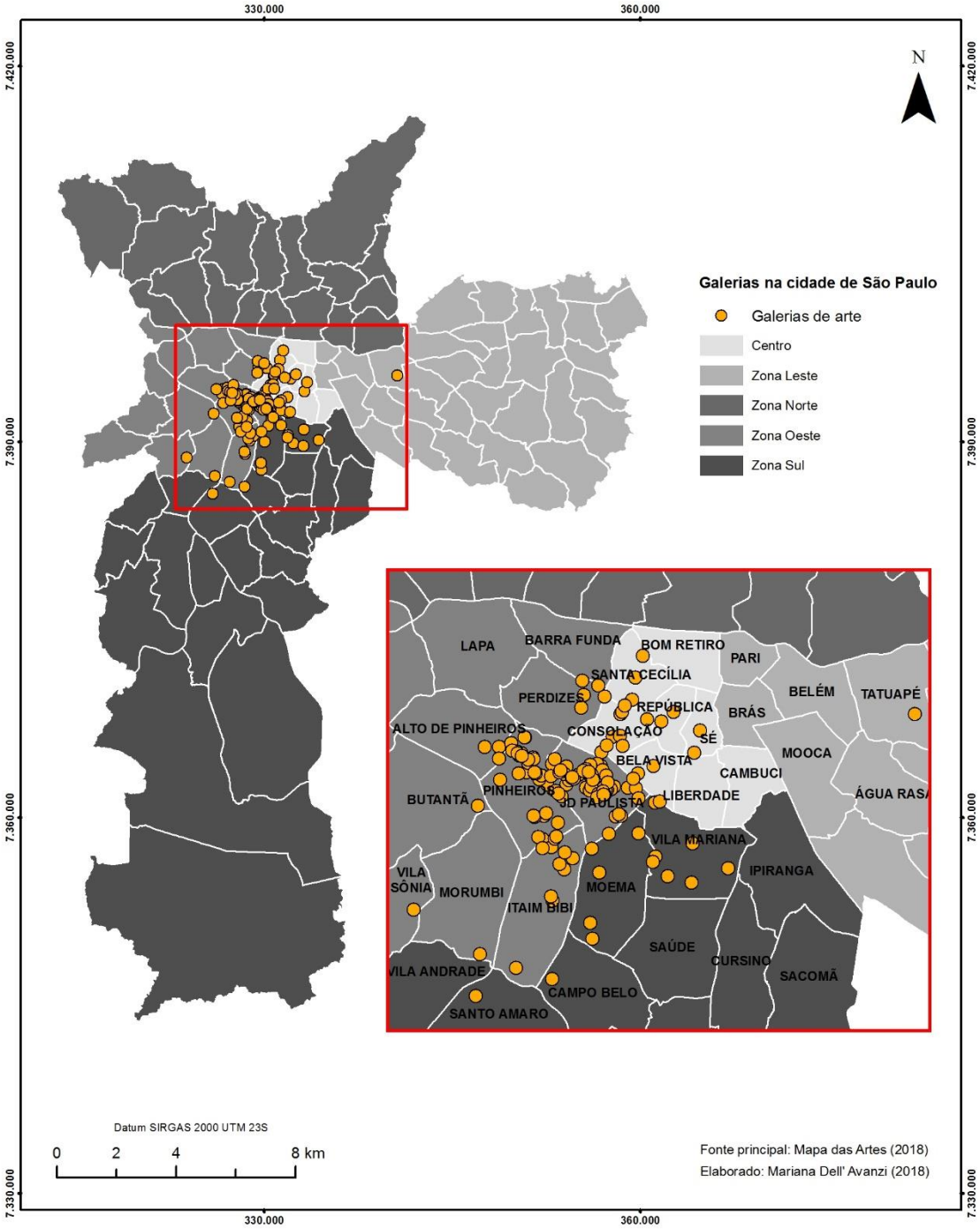
Acompanhando esse deslocamento do centro de consumo das elites, o circuito de arte passa a ocupar outros bairros que apresentam melhores condições sob os parâmetros desse setor, demarcando ao mesmo tempo a consolidação de São Paulo como referência artística. Esse processo de consolidação está associado ao crescimento do número de galerias de arte, museus e demais estabelecimentos do circuito.

A análise das galerias de arte em São Paulo subsidia uma reflexão sobre esse deslocamento, já que menos fixas do que os museus – fixidez justificada, entre outros, pelo valor histórico depositado em suas estruturas e pelo tamanho do acervo que possuem – se estabelecem em lugares que proporcionem condições mais adequadas às suas atividades. Esses lugares são, portanto, estratégicos.

Um levantamento[67] realizado a partir de dados disponibilizados em sites de feiras e de notícias ligadas ao circuito de arte apontou um total de 155 galerias de arte na cidade de São Paulo. Esse número, apesar de não contemplar a totalidade destes estabelecimentos por inexistir uma lista oficial de galerias, aponta um crescimento significativo se comparado ao número de galerias existentes em 1977, segundo Durand (1990). A seguir, o mapa 2 indica a localização das galerias paulistanas levantadas durante a pesquisa.

[67] Entre os materiais consultados, foram consideradas as galerias divulgadas pelo Mapa das Artes e pelas feiras SP-Arte e PARTE. A lista completa consta no Apêndice 2.

Mapa 2 – Distribuição das galerias de arte em São Paulo



A distribuição das galerias indica que a maior parte delas está localizada na zona oeste da cidade, com destaque para distritos como Pinheiros e Lapa, onde estão os bairros Jardim Paulistano, Pinheiros e Vila Madalena, por exemplo. Assim, se anteriormente os estabelecimentos voltados ao comércio de obras de arte concentravam-se na região que ainda mantém posição destacada, essa configuração foi alterada com um maior protagonismo de outros bairros, reforçando a expansão e valorização do eixo sudoeste da

cidade. A fim de melhor retratar essa situação, a tabela 17 sintetiza o número de galerias presentes em cada região do município e o percentual equivalente à concentração, permitindo uma comparação entre as demais regiões[68] da cidade.

Tabela 17 – Distribuição e concentração de galerias por região administrativa

Região	Quantidade	Concentração
Oeste	122	78,71%
Centro	19	12%
Sul	13	8,39%
Leste	1	0,65%
Norte	0	0
Total	155	100%

Fonte: Elaboração própria com base em dados levantados nos sites Mapa das Artes, SP-Arte e PARTE.

Algumas análises contribuem para a reflexão sobre a mudança da localização e a atual concentração dos estabelecimentos voltados ao comércio de obras de arte na cidade de São Paulo. Molotch e Treskon (2009), por exemplo, ao analisar os distritos de arte móveis – caracterizados pelo grande número de galerias de arte – na cidade de Nova York, elencam a aglomeração como um fator positivo para os estabelecimentos ligados à arte, já que proporcionam a socialização de pessoas do setor e favorecem aspectos como a troca de informações, a comunicação de critérios artísticos e o aumento do público, uma vez que "quando localizadas próximas umas das outras, as galerias, em particular, geram fluxos contínuos de indivíduos e pequenos grupos de um ponto para outro" (MOLOTCH; TRESKON, 2009, p. 519, tradução nossa).[69]

Jansson (2015), ao analisar a distribuição de galerias na cidade de Estocolmo, considera que as aglomerações podem estar vinculadas a fatores econômicos, tais como aluguéis, disponibilidade de espaço e acesso a clientes, ou a fatores culturais, como o tipo de distrito, de compradores e das atividades realizadas no entorno. Consequência desses fatores,

> o capital cultural e econômico que está ligado a um distrito específico tende a transbordar para a galeria. As galerias se movem dentro e entre as aglomerações espaciais e ao longo do tempo novas concentrações

[68] Utilizamos a divisão regional apresentada pela Secretaria Municipal de Desenvolvimento Urbano do município de São Paulo que propõe as regiões administrativas Norte, Sul, Leste, Oeste e Centro.

[69] When located in proximity to one another, galleries, in particular, generate continuous flows of individuals and small groups from one spot to the next (MOLOTCH; TRESKON, 2009, p. 519).

> emergem com valores culturais e econômicos ligeiramente transformados (JANSSON, 2015, p. 14, tradução nossa).[70]

Para melhor analisar a atual concentração das galerias de arte em São Paulo, é interessante observar as maiores concentrações referentes ao percentual da população mais favorecida por subprefeitura do município, a partir dos dados apresentados pela Prefeitura de São Paulo e indicados na tabela 18.

Tabela 18 – Concentração da população 1% mais favorecida em renda

Subprefeitura	%
Pinheiros	23,49%
Vila Mariana	18,64%
Sé	9,79%
Butantã	9,05%
Lapa	8,40%
Outras	30,63%

Fonte: Prefeitura de São Paulo (2014).

Os distritos apontados na tabela 18 coincidem em grande parte com aqueles que apresentam maior número de galerias de arte. Voltadas a um tipo de comércio para um público de alto poder aquisitivo, as galerias se utilizam das áreas mais vantajosas para a realização de suas atividades comerciais. Assim, "a morfologia do tecido urbano é o reflexo fiel de uma realidade econômica e social definida" (SANTOS, 2012 [1981]). A partir disso podemos interpretar a concentração em áreas correspondentes à subprefeitura do distrito de Pinheiros, onde se localizam bairros como Jardim Paulistano e Pinheiros, ou na subprefeitura da Lapa, onde se localiza o bairro Vila Madalena. Essa localização é por tanto estratégica, facilitando o acesso do público de maior renda, e deflagra um importante aspecto do circuito de arte na cidade de São Paulo.

Utilizando-se dos lugares mais vantajosos para o desenvolvimento de suas atividades, os estabelecimentos do circuito de arte se consolidam na metrópole e, nela, nas áreas mais valorizadas e com público de maior poder aquisitivo. Se em um primeiro momento ocupam as áreas centrais, acompanham o processo de valorização espacial e deslocam-se para as novas áreas que respondem melhor às suas necessidades. Assim,

> a análise de uma cidade, do ponto de vista da economia política, supõe, também, que os fatores estratégicos sejam levados em conta, o que

[70] [...]the cultural and economic capital that is attached to a specific district tends to spillover to the gallery. Galleries move within and between the spatial agglomerations and over time new concentrations emerge with slightly transformed cultural and economic values (JANSSON, 2015, p. 14).

> permite identificar melhor o lugar real que tem cada agente ou grupo de agentes, cada ação ou grupo de ações, no processo de desenvolvimento urbano, a cada momento da história (SANTOS, 2012 [1994], p. 115).

Em compasso ao processo de deslocamento interno, o circuito de arte em São Paulo passa a integrar novas possibilidades, associadas ao fato de que "[...] a metrópole, privilegiada pela concentração das atividades do sistema do fluxo superior capazes de organizar o macro espaço, torna-se a principal emissora de decisões e de inovações no sentido econômico, social, cultural e político" (CORDEIRO, 1980, p. 13). É nesse sentido que entendemos o surgimento da primeira feira internacional de arte organizada no Brasil, a SP-Arte. Inaugurada em 2005, a feira está associada às condições proporcionadas pela metrópole paulista e responde às exigências da organização do circuito de arte no mundo, marcado pelo protagonismo das feiras internacionais de arte. Após a SP-Arte outras feiras surgiram na cidade e no país, reforçando assim a centralidade que esses eventos estabeleceram no circuito.

Nos próximos itens discutiremos alguns aspectos do circuito de arte no Brasil, trazendo dados para visualizar sua participação no circuito internacional, como valores exportados e importados em obras de arte, participação de galerias brasileiras em feiras internacionais e as feiras internacionais organizadas no país. Dentre estas últimas, nos centraremos com maiores detalhes na SP-Arte, cuja atuação mais consolidada oferece elementos para discutir o circuito de arte brasileiro e internacional.

3.2 A SP-Arte

A partir do desenvolvimento econômico possibilitado pelo café no final de século XIX e ainda mais intensificado no século XX com a atividade industrial, a capital paulista desponta também como um centro cultural do país, aglutinando uma diversidade de agentes que lhe conferem uma agenda cultural mais densa. No momento atual, em que São Paulo se estabelece como metrópole terciária, com forte concentração de serviços financeiros e sede dos grandes grupos transnacionais (ANTAS JR., 2010), a cidade começa a desenvolver atividades próprias de um circuito de arte mais complexo, e aí situamos as feiras internacionais. Relacionado a isso, Durand (1990) comenta:

> A concentração social e espacial da renda, acentuada pelo forte crescimento econômico brasileiro das três últimas décadas, vem estimulando o consumo de luxo e substituição de importações de bens e serviços nas faixas superiores do mercado. São Paulo, capital industrial e financeira e principal metrópole brasileira, tornou-se assim

> um lugar privilegiado no conjunto do país para estudo de gêneros culturais de elite (DURAND, 1990, p. 101).

É nesse sentido que entendemos a feira SP-Arte, nomeada Festival Internacional de Arte de São Paulo desde 2017 e que corresponde à primeira feira de arte de porte internacional organizada no Brasil. Inaugurada em 2005, as galerias participantes expõem obras de arte contemporâneas, principal foco da feira, e também obras de outras correntes estéticas. A partir do ano de 2016, em sua 12ª edição, a feira passou a receber galerias de design de mobiliário. É importante ressaltar também que em 2007 a organização da feira criou uma segunda edição anual voltada para fotografia, chamada SP-Arte Foto. Nos centraremos na edição original, voltada principalmente para galerias de artes visuais.

3.2.1 SP-Arte: alguns dados gerais

A organização do evento corresponde à iniciativa de caráter privado, atualmente a cargo da empresa SP-Arte Eventos Culturais Ltda. A direção do evento é realizada pela advogada Fernanda Feitosa[71], desde sua primeira edição. Após a SP-Arte outras feiras passaram a ser realizadas na cidade de São Paulo e no Rio de Janeiro, o que será comentado no próximo item.

Desde a primeira edição, a feira é realizada no Pavilhão Ciccillo Matarazzo, também conhecido como Pavilhão da Bienal, sede da Bienal de São Paulo. O prédio projetado por Oscar Niemeyer se localiza no parque Ibirapuera e compõe um conjunto de instalações ligadas às artes, junto ao MAM e o Museu de Arte Contemporânea (MAC) e é administrado pela Fundação Bienal. Segundo documentos apresentados pela organização da SP-Arte e disponibilizados pelo Sistema de Apoio às Leis de Incentivo à Cultura (SALIC), a feira compõe o calendário anual do Pavilhão e em 2014 o custo de locação do espaço foi R$ 1.057.694,58.[72]

Em 2014, a organização da SP-Arte tentou junto à câmara dos vereadores fazer com que a feira se tornasse um evento oficial do município de São Paulo. O interesse nessa ação foi obter mais benefícios em relação à transportes e segurança pública para a realização do evento (HOCHLEITNER, 2015). O projeto ainda não aprovado do então

[71] A família da criadora mantém vínculos com o circuito de arte: além dela, seu marido, Heitor Martins, foi presidente da Fundação Bienal entre 2009 a 2012, e em 2014 assumiu a presidência do MASP.
[72] Em 06/09/2013 foi assinado o contrato de locação do Pavilhão da Bienal pela SP-Arte Eventos Culturais Ltda, prevendo a reserva para 5 anos, de 2014 a 2018 (SALIC, 2013).

vereador Antonio Goulart dos Reis consta no diário oficial da cidade de 12 de fevereiro de 2014:

> 40) PL 3/2014 – Autor: Ver. Goulart (PSD) – Altera a Lei nº 14.485, de 19 de julho de 2007, para incluir no Calendário Oficial de Eventos da Cidade de São Paulo a SP-Arte Feira Internacional de Arte de São Paulo, anualmente no mês de abril (SÃO PAULO, 2014).

A partir da edição do ano de 2010 a organização da feira inscreveu a SP-Arte em editais de captação de recursos via Lei de Incentivo à Cultura, também conhecida como Lei Rouanet e comentada anteriormente, através do mecanismo de incentivo fiscal. A tabela 19 contém os dados referentes aos valores solicitados, aprovados e captados entre os anos 2010 e 2018. A tabela 20 indica os maiores valores patrocinados e as respectivas empresas patrocinadoras, além do percentual referente aos valores aprovados no mesmo período.

Tabela 19 – Valores solicitados, aprovados e captados[73] pela SP-Arte

Ano	Valor solicitado	Valor aprovado	Valor captado	% captado
2010	R$ 1.631.095,76	R$ 1.482.803,76	R$ 650.000,00	44%
2011	R$ 1.786.172,24	R$ 1.260.925,24	R$ 700.000,00	56%
2012	R$ 2.725.581,91	R$ 2.131.681,91	R$ 1.100.000,00	52%
2013	R$ 4.065.630,00	R$ 3.084.510,00	R$ 1.850.000,00	60%
2014	R$ 4.234.720,00	R$ 3.723.720,00	R$ 3.090.000,00	83%
2015	R$ 5.792.072,00	R$ 5.753.072,00	R$ 2.802.000,00	49%
2016	R$ 4.942.776,00	R$ 4.920.276,00	R$ 1.389.000,00	28%
2017	R$ 4.497.097,75	R$ 4.487.097,75	R$ 1.735.000,00	39%
2018	R$ 2.586.370,72	R$ 2.283.530,72	R$ 2.070.000,00	91%

Fonte: Elaboração própria a partir de dados apresentados pelo Sistema de Apoio às Leis de Incentivo à Cultura (SALIC).

A partir dos dados apresentados na tabela 19, é possível visualizar que em valores absolutos o ano em que a feira captou mais recursos foi 2014, representando 83% do valor aprovado. Proporcionalmente aos valores aprovados, 2018 foi o ano em que a feira conseguiu maior captação, representando 91%. Nota-se que 2016 foi o pior ano em relação à captação, representando 28% do aprovado.

[73] O valor captado consiste na soma total repassada pelas empresas para a SP-Arte, através da Lei de Incentivo à Cultura.

Tabela 20 – Maiores empresas patrocinadoras da SP-Arte

Ano	Maiores empresas patrocinadoras	Valores
2018	Banco Itaú S.A.	R$ 1.000.000,00
	Telefônica Data S.A.	R$ 670.000,00
	Grande Moinho Cearense S.A.	R$ 400.000,00
2017	Itaú Corretora de Valores S.A.	R$ 965.000,00
	Telefônica Data S.A.	R$ 750.000,00
	Com. Cordeiro de Der. de Petróleo Ltda.	R$ 20.000,00
2016	Banco Itaucard S.A.	R$ 1.000.000,00
	Grande Moinho Cearense S.A.	R$ 217.000,00
	Marcep Corretagem de Seguros Ltda.	R$ 100.000,00
	Outros	R$ 72.000,00
2015	Oi Internet S.A.	R$ 1.050.000,00
	Telemar Internet Ltda.	R$ 900.000,00
	Itaú Vida e Previdência S.A.	R$ 400.000,00
	SABESP	R$ 200.000,00
	Outros	R$ 252.000,00
2014	Banco Itaucard S.A.	R$ 1.680.000,00
	Oi Móvel S.A.	R$ 1.150.000,00
	SABESP	R$ 200.000,00
	Racional Engenharia Ltda	R$ 60.000,00
2013	Dibens Leasing S.A.	R$ 800.000,00
	TNL PCS S/A (Oi)	R$ 800.000,00
	SABESP	R$ 200.000,00
	Electrolux da Amazônia Ltda.	R$ 50.000,00
2012	TNL PCS S/A (Oi)	R$ 600.000,00
	Cia. Itauleasing	R$ 200.000,00
	Banco FIAT S.A.	R$ 100.000,00
	Banestado Part., Adm. e Serviços Ltda.	R$ 100.000,00
	Marcep Corretagem de Seguros Ltda.	R$ 100.000,00
2011	TNL PCS S/A (Oi)	R$ 400.000,00
	Itaú Corretora de Valores S.A.	R$ 100.000,00
	Itaú Vida e Previdência S.A.	R$ 100.000,00
	Marcep Corretagem de Seguros Ltda.	R$ 100.000,00
2010	Brasil Telecom S.A.	R$ 350.000,00
	UNIBANCO	R$ 300.000,00

Fonte: Elaboração própria a partir de dados apresentados pelo Sistema de Apoio às Leis de Incentivo à Cultura (SALIC).

Segundo dados apresentados no SALIC, o total captado pela feira até o ano de 2018 é de R$ 16.210.000,00. Entre as empresas patrocinadoras do evento têm destaque aquelas que compõe o grupo referente ao Itaú Unibanco Holding S.A., responsáveis por grande parte dos valores patrocinados, tais como Itaú Corretora de Valores S.A. e Banco Itaucard S.A.

Em 2017 a nomenclatura da SP-Arte foi alterada de Feira de Arte Internacional de São Paulo para Festival de Arte. Sobre essa mudança é oportuno considerar o trecho do Termo de Decisão do Departamento de Incentivo à Produção Cultural (Termo 163956) de 12 de dezembro de 2016 referente ao item "Análise do comissário de Artes Visuais", que aprova inicialmente o projeto de captação de recursos da SP-Arte para o ano de 2017:

> O referido projeto não apresenta elementos que o caracterizam como uma exposição de artes visuais. Nem o proponente e nem a curadoria do projeto definem os artistas e as obras que serão expostas, sendo o Proponente responsável apensas pela sublocação de espaços para galerias de arte, senda estas as responsáveis pela escolha dos artistas e das obras, com base principalmente em interesses mercadológicos e comerciais. As demais atividades do projeto, a cargo do Proponente, embora sejam importantes são todas secundárias. O Proponente, em seu site, alega que o projeto é um "Festival" e "um dos mais importantes eventos do mercado global de artes", mas sabemos que o evento é reconhecido como uma renomada "Feira de Artes", cujo principal objetivo é reunir colecionadores e compradores de obras de arte. O evento certamente é frequentado por várias pessoas do circuito cultural e amantes da arte, mas isso não faz com que o objetivo principal seja alterado e caracteriza tecnicamente uma "exposição de artes". As galerias participantes locam o espaço e definem quais artistas e obras serão expostos e não há uma linha curatorial ou um conceito de exposição. O fator determinante é o interesse de mercado. É um evento muito importante e reconhecido no mercado das artes e, talvez, na economia criativa, mas não é uma exposição de artes. Desta forma, acompanho o Parecer da Vinculada e aprovo o projeto, MAS SOLICITO QUE O MESMO SEJA REENQUADRADO NO ARTIGO 26, conforme determina a Portaria 116/2011 em seu artigo 1°, inciso IV, alínea "h" (projetos de fomento à cadeia produtiva das artes visuais). De acordo com o artigo 2° da mesma Portaria 116/2011, somente as alíneas "c" e "e" do artigo 1°, inciso IV, podem receber enquadramento no Artigo 18. Saliento ainda a importância de o proponente declarar, antes da aprovação, a receita oriunda das sublocações de espaço para as galerias de arte participantes da feira, sendo um valor certamente expressivo e que não foi declarado nas informações do projeto. Este valor deve ser incluído no Plano de Distribuição do projeto (SALIC, 2017).

Segundo a Portaria N° 116 citada, de 29/11/2011 e que trata das especificações do patrocínio a projetos culturais, "somente os projetos enquadrados nos segmentos culturais previstos no § 3º do art. 18 da Lei nº 8.313, de 1991, serão atendidos por doações e patrocínios beneficiados pela dedução integral do imposto de renda". Os projetos considerados nessa especificação e que correspondem às alíneas "c" e "e" apontados no Termo de Decisão referem-se respectivamente a exposições de artes e doações de acervos de artes visuais a museus, arquivos públicos e instituições congêneres. Segundo o Termo, a SP-Arte enquadra-se na alínea "h", que se refere aos projetos de fomento à cadeia produtiva das artes visuais. Nesse caso os patrocinadores da SP-Arte não poderiam

recorrer à dedução integral do imposto de renda, mas sim limitar-se ao percentual de 30% estipulado pela legislação (SALIC, 2017).

No projeto referente à edição de 2018 a SP-Arte foi enquadrada no artigo 18 da Lei Rouanet, e seu resumo justifica a adequação à categoria festival:

> A SP-Arte é um festival anual de artes visuais que se dedica a educação, reflexão, formação de público, curadoria, promoção e divulgação da produção artística brasileira. Apresenta mais de 100 expositores, do Brasil e do exterior e exibe mais de 2500 artistas. O evento realiza ainda seminários e palestras gratuitas, visitas educativas também gratuitas e abertas ao público, promove exposições curadas por especialistas no Pavilhão da Bienal, articula e colabora com exposições pela cidade de São Paulo e promove o Gallery Nights. A SP-Arte concede ainda prêmios de residência a artistas brasileiros (SALIC, 2018).

Além do momento de comercialização, foram inseridas outras atividades paralelas à feira tais como visitas guiadas durante a feira, visitas a museus, galerias e ateliês, aberturas de exposições e palestras para justificar sua classificação como festival. Assim, apesar das divergências apontadas acima, a SP-Arte pode obter o benefício previsto aos projetos enquadrados no artigo 18.[74]

Outro benefício propiciado à feira foi a isenção do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS), concedido desde a edição de 2012. De acordo com o decreto N° 63.121, de 27/12/2017, aplicado na edição de 2018, o benefício se deu da seguinte forma: as obras com valor de até R$3.000.000,00 recebem isenção total do imposto, e as obras cujo valor ultrapassa esse limite recebem redução da carga tributária, estabelecida no percentual de 5%. O abatimento possibilita que as obras sejam 20% mais baratas do que fora da feira, e é ainda mais vantajoso para as galerias estrangeiras, já que as taxações sobre obras importadas as encarecem em até 50%. Essa medida também levanta questionamentos, uma vez que galerias estrangeiras utilizam as feiras para concluir a venda de uma obra já negociada anteriormente, utilizando o evento para obter o abatimento de impostos (MARTÍ, 2015).

Em relação à divulgação da feira, a SP-Arte utiliza anúncios em jornais e revistas cujo público corresponde ao setor economicamente mais privilegiado, como os jornais O

[74] Na edição de 2018 outro fator contribuiu para o debate em torno da natureza do evento representado pela SP-Arte. As concessionárias que administram os aeroportos de Guarulhos e Viracopos cobraram tarifas mais caras pela armazenagem das obras de arte. Anteriormente, as tarifas eram calculadas pelo peso bruto, correspondente àquelas aplicadas a eventos cívico-culturais. Nessa edição, as concessionárias taxaram as obras sobre o valor das mercadorias, o que elevou o valor das taxas (CAMPOLI, 2018; MENON, 2018).

Estado de São Paulo e Folha de São Paulo e a revista Arte Brasileiros. Algumas mídias na internet também são utilizadas, como o Facebook e Instagram, além de seu próprio site onde divulga conteúdo informativo próprio além de publicações de outros veículos (HOCHLEITNER, 2015).

A organização da feira é levada por um número pequeno de pessoas. De acordo com o projeto de captação de recursos de 2018 há sete cargos definidos, sendo eles o de direção geral, direção de produção, arquitetura, comunicação, design, assistência geral e planejamento e controle. A assessoria de imprensa é realizada pela agência terceirizada A4 Comunicação (SALIC, 2018). Sobre a organização, Hochleitner (2015) comenta que

> Do ponto de vista organizacional, a SP-Arte tem uma estrutura enxuta cuja gestão se baseia em um sistema de informação que maximiza a eficiência da operação. No período da feira são contratados profissionais adicionais, que são necessários para sua realização, adotando, em geral, a terceirização de serviços. A área de desenvolvimento de negócios, relações públicas e comunicação são atribuições da diretora e fundadora do evento, Fernanda Feitosa (HOCHLEITNER, 2015, p. 119).

Na edição de 2018 a feira foi organizada em 5 setores: Geral, com maior número de galerias; Solo, com galerias focadas em apenas um artista; Repertório, cujas galerias apresentaram um recorte artístico cronológico focado em obras de arte da década de 1980; o setor dedicado às galerias de design de mobiliário, chamado Design; e, por fim, o setor dedicado à performance, onde foram expostos cinco trabalhos. Essa configuração é próxima do formato de outras feiras internacionais consolidadas no circuito de arte e já citadas, como a Art Basel, que possui diferentes seções temáticas organizadas por curadores.

A SP-Arte também exerce um papel filantrópico, que consiste na doação de obras de arte para museus, promoção de prêmios e bolsas de estudo para artistas. Em 2018, foram concedidos o Prêmio Illy Sustain Art; o Prêmio Fundação Marcos Amaro; o Prêmio de Residência SP-Arte de 2018 em parceria com a fundação londrina Delfina Foundation, e por fim o prêmio latino-americano de aquisição EFG Bank & ArtNexus. Na mesma edição, foram doadas ao todo 12 obras, distribuídas para museus como MAM e a Pinacoteca (SP-ARTE, 2018).

3.2.2 A visita à feira

Em relação aos visitantes da feira, em entrevista realizada pela revista Arte Brasileiros em 2011 com a diretora do evento foi apontado que 75% provém de São Paulo, 14% do Rio de Janeiro, 7% de outras cidades do Brasil e 4% de outros países. Sobre o perfil do público, a diretora relatou que predominam pessoas na faixa etária de 35 a 50 anos, com conhecimentos prévios acerca das artes visuais (RIBEIRO, 2011). Há, portanto, grande participação paulistana em detrimento de outros locais do Brasil e de outros países. A tabela 21 indica a evolução do número de visitantes na feira desde sua criação.

Tabela 21 – Evolução do número de visitantes na SP-Arte

Ano	Visitantes
2005	6.000
2006	7.000
2007	9.000
2008	11.000
2009	15.000
2010	16.000
2011	18.000
2012	20.000
2013	22.000
2014	22.000
2015	23.000
2016	27.000
2017	30.000
2018	34.000

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados disponibilizados nos balanços da SP-Arte em 2015, 2016, 2017, 2018 e no site da SP-Arte.

Nota-se um grande aumento do número de visitantes ao longo das edições da SP-Arte. A entrada na feira exige o pagamento de ingresso, cujo valor estabelecido em 2018 foi de R$45 para a inteira e R$20 a meia entrada (estudantes, portadores de deficiência e idosos com mais de 60 anos). O valor cobrado sinaliza o perfil do público do evento, e ao mesmo tempo seu caráter excludente. Por utilizar a captação de recursos por meio da Lei Rouanet, a SP-Arte deve adequar-se às medidas de democratização de acesso previstas disponibilizando parte de seus ingressos de forma gratuita.[75] Referente à edição de 2018,

[75] Segundo artigo 5 da Instrução Normativa Rouanet 2017, "somente serão admitidas propostas para a realização de projetos no exterior que apoiem a difusão e a valorização das expressões culturais brasileiras e contenham medidas de democratização de acesso do público brasileiro aos produtos culturais resultantes do projeto, as quais: a) deverão ser adequadas e proporcionais ao projeto proposto e realizadas no Brasil

as instituições contempladas e a quantidade de ingressos recebidos estão apresentados na tabela 22.

Tabela 22 – Ingressos destinados à democratização de acesso na SP-Arte 2018

Instituição	N° ingressos
Instituto Arte na Escola	150
SESC	600
MAM	300
MASP	350
MAC USP	200
UNESP	200
SENAC	50
FAU USP	50
MAC USP (Curso "Patrimônio cultural")	50
Fábricas de Cultura	150
Fundação Stickel	50
Catraca Livre	100
Liga Solidária	100
Faculdade Paulista de Artes	200
Clube do Professor (Pinacoteca do Estado)	2000
ECA USP	200
Total	**4750**

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados disponibilizados pela plataforma SALIC (2018).

A partir da tabela 22 é interessante notar o perfil das instituições beneficiadas com o ingresso gratuito, em sua maioria associadas às artes. Daí podermos retomar uma das características elencadas por Moeren e Pedersen (2009) sobre as feiras de arte, classificadas pelos autores como eventos socialmente limitados uma vez que "reúnem um grande e diversificado número de participantes que estão intimamente envolvidos na produção e distribuição dos produtos e serviços que estão sendo exibidos" (MOEREN; PEDERSEN, 2009, p. 3, tradução nossa)[76]. Nesse sentido, entre os participantes podemos considerar também os visitantes, que possuem proximidade com o conteúdo abordado na feira.

Durante a feira são oferecidos por meio de parcerias serviços de hotelaria e alimentação aos visitantes, galeristas e demais pessoas envolvidas com o evento. Em relação aos serviços de hotelaria na edição de 2018, os dois hotéis que atuaram em

gratuitamente; e b) terão seus custos previstos na planilha orçamentária, enquadrando-se na definição de produto secundário, sem prejuízo ao disposto no art. 57 (MINC, 2017).

[76] They bring together a large and diverse number of participants who are closely involved in the production and distribution of the products and services being exhibited (MOERAN; PEDERSEN, 2009, p. 3).

parceria com a SP-Arte foram o Tivoli Mofarrej e o Quality Suites, ambos localizados no bairro Jardins. Os serviços de alimentação presentes foram: Bacio di Latte, Champagne Perrier-Jouet, Greenpeople, Illy, Le Pain Quotidien, Minalba Premium, Santinho, Seen Restaurant & Bar, Stella Artois.

Esses serviços possibilitam oportunidades estratégicas para trocas de informações durante a feira. A partir da proposta das feiras como clusters temporários, Maskell et al. (2006, p. 9, tradução nossa) colocam que "semelhante a aglomerados permanentes, corredores, cafés, bares e pontos de encontro similares às vezes, podem ser os lugares mais importantes para troca de informações em clusters"[77]. Além disso, enquadram-se em um perfil direcionado ao público da feira, de alto poder aquisitivo.

3.2.3 Além da feira: atividades associadas

Além do momento de comercialização realizado no Pavilhão da Bienal, a SP-Arte divulga uma programação externa como palestras, aberturas de exposições, visitas guiadas a galerias e museus, performances e lançamentos de livros. Nessa programação constam por exemplo a série de palestras conhecidas como Talks, que são gratuitas e possibilitam um ingresso para visitação da feira aos participantes[78]. Na edição de 2018 as palestras ocorreram no próprio pavilhão, no ambiente chamado Lounge Bienal. Pessoas reconhecidas no meio artístico como diretores de museus, professores universitários, artistas e colecionadores são convidados para falar sobre assuntos pré-estabelecidos. Na edição de 2018 ocorreram cinco encontros em que se debateram temas como arte e diversidade de gênero e a influência dos meios digitais nas artes.

Outra iniciativa é a programação chamada Gallery Night, que consiste na exposição de obras de arte em galerias paulistanas. Segundo o balanço referente à edição de 2018, "ao longo das duas noites, os apreciadores da arte puderam aproveitar a efervescência cultural da cidade ao circular pelos bairros de Pinheiros, Vila Madalena, Jardins e Itaim Bibi" (SP-ARTE, 2018). As figuras 7 e 8 abaixo referem-se à localização das galerias do Gallery Night, divulgadas no material sobre a atividade.

---

[77] The process of establishing relationships is supported by the multiplex nature of social relationships between the people who attend trade fairs and Interact with one another as competitors, colleagues, or experts during the day or acquaintances at less formal dinner meetings in the evening (MASKELL el al., 2006, p. 9).

[78] A partir da edição de 2017, não houve informação sobre o recebimento gratuito de um ingresso para a feira mediante a participação no Talks no site da SP-Arte.

Figura 7 – Localização das galerias participantes do Gallery Night 2018 nos bairros Pinheiros e Vila Madalena

Fonte: SP-Arte (2018). Adaptado.

Figura 8 – Localização das galerias participantes do Gallery Night 2018 nos bairros Jardins e Itaim Bibi

Fonte: SP-Arte (2018). Adaptado.

Além das visitas a galerias também são organizadas visitas a ateliês de arte, iniciativa chamada Circuito Ateliês Abertos. De acordo com o mesmo balanço, “concentrado na Vila Madalena, o circuito permitiu passeios a pé entre quatro espaços coletivos - Projeto Fidalga, Fonte, Vão e Hermes -, locais que concentram ateliês de nomes como Ding Musa, Carla Chaim, Ivan Padovani e Nino Cais” (SP-ARTE, 2018). Reforça-se assim o protagonismo de alguns bairros nobres como Jardins, Itaim Bibi,

Pinheiros e Vila Madalena no circuito de arte em São Paulo, que concentram a população de alta renda, correspondente ao público das galerias de arte.

3.2.4 Galerias de arte na feira

Galerias nacionais e estrangeiras participam da SP-Arte, voltadas sobretudo para a arte moderna e contemporânea. Os custos de locação de estandes pelas galerias no Pavilhão e a receita total obtida pela feira referente a essas locações não são divulgados publicamente pela organização. Segundo Hochleitner (2015)[79] na edição de 2015 os estandes variaram de R$ 22.000 a R$ 150.000.

Ao longo das edições da SP-Arte, entre os anos 2005 e 2018, o número de galerias brasileiras e estrangeiras participantes aumentou, sugerindo o fortalecimento do evento no circuito de arte brasileiro e internacional. A tabela 23 indica a evolução do número de galerias ao longo das edições da feira.

Tabela 23 – Evolução do número de galerias brasileiras e estrangeiras na SP-Arte entre 2005 e 2018

Ano	Galerias brasileiras	Galerias estrangeiras	Total
2005	40	1	41
2006	50	6	50
2007	60	6	66
2008	60	7	67
2009	69	11	80
2010	71	11	82
2011	73	16	89
2012	83	27	110
2013	81	41	122
2014	79	57	136
2015	83	57	140
2016	110	37	147
2017	91	43	134
2018	98	34	132

Fonte: Elaboração própria a partir dos balanços da SP-Arte 2015, 2016, 2017 e 2018, catálogo SP-Arte 2014 e 2013, e informações disponíveis no site da SP-Arte.

É possível constatar uma significativa retração do número de galerias estrangeiras participantes em 2017 se comparado à evolução dos anos anteriores, de grande

[79] A autora da tese intitulada "SP-Arte: histórico e impacto percebido no mercado brasileiro de arte" realizou entrevistas com responsáveis pela organização da feira e obteve essas informações.

crescimento do mercado de arte brasileiro. Essa retração permanece nas edições seguintes, correspondendo a 43 em 2017 e 34 em 2018. Contudo, o número total de galerias permaneceu alto pela entrada da seção de design, que passa a integrar a feira a partir de 2016[80]. A tabela 24 traz o número de galerias de design participantes das edições de 2016, 2017 e 2018.

Tabela 24 – Número de galerias de arte e design na SP-Arte nos anos 2016, 2017 e 2018

Ano	Galerias de arte	Galerias de design	Total
2016	123	24	147
2017	134	25	159
2018	132	33	165

Fonte: Elaboração própria a partir dos balanços da SP-Arte 2016, 2017 e 2018.

Para a análise da feira nos centramos especificamente nas galerias voltadas à arte, seu principal conteúdo. Em relação ao país de origem das galerias, na edição de 2018 houve participação de 15 países. A maior parte das galerias, no entanto, é brasileira. A tabela 25 e o mapa 3 indicam a distribuição de galerias por país.

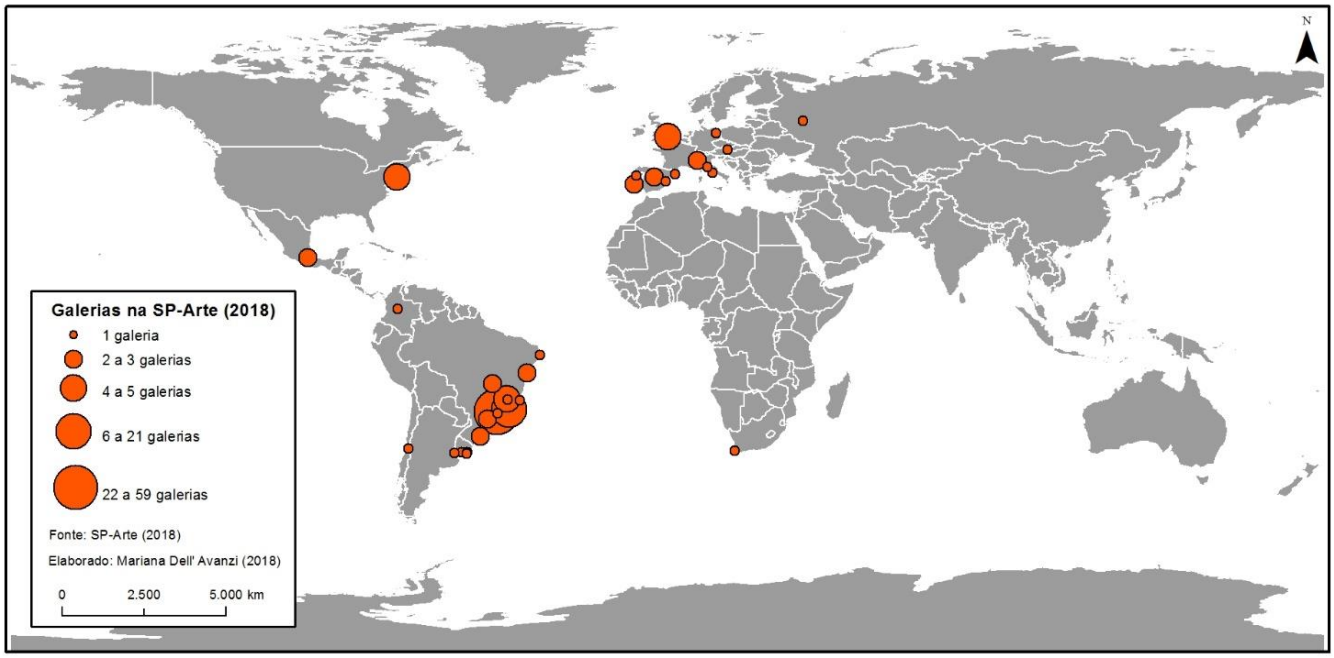
Tabela 25 – Galerias de arte participantes da edição de 2018 da SP-Arte por país

País	N° de galerias
Brasil	98
Espanha	5
EUA	4
Reino Unido	4
Itália	4
Portugal	4
México	3
Uruguai	3
África do Sul	1
Alemanha	1
Argentina	1
Áustria	1
Chile	1
Colômbia	1
Rússia	1
Total	132

Fonte: Elaboração própria a partir do catálogo SP-Arte 2018.

[80] Em 2012 a organização apresentou o projeto "SP-Arte/Design/2013" (PRONAC 128811) para proposta de captação de recursos via Lei Rouanet. O projeto foi arquivado por "solicitação de desistência do proponente" (SALIC, 2013).

Mapa 3 – Origem das galerias participantes da SP-Arte em 2018



Sobre as galerias estrangeiras que participaram da SP-Arte 2018, os dados apresentados na tabela 25 e no mapa 3 indicam que os maiores números se referem a galerias da Espanha, seguida por EUA, Reino Unido, Itália e Portugal. Essa situação, se comparada às edições anteriores, revela uma menor participação de galerias estrangeiras anteriormente mais presentes na feira. A tabela 26 indica essa variação.

Tabela 26 – Países de origem das galerias de arte estrangeiras participantes das edições de 2014, 2015, 2016, 2017 e 2018 da SP-Arte

País	2014	2015	2016	2017	2018
África do Sul	0	1	0	0	1
Alemanha	5	8	4	4	1
Argentina	2	1	1	0	1
Áustria	1	1	1	1	1
Bélgica	1	0	0	0	0
Chile	1	1	0	0	1
Colômbia	3	3	2	1	1
Cuba	0	0	1	0	0
Espanha	9	9	6	3	5
EUA	12	7	5	7	4
França	6	2	1	0	0
Reino Unido	6	8	8	8	4
Itália	4	5	4	5	4
Japão	0	0	0	5	0
México	1	2	2	1	3
Peru	1	0	0	0	0
Portugal	2	5	0	5	4
Romênia	1	0	0	0	0
Rússia	0	0	0	0	1
Suíça	1	2	0	0	0
Uruguai	1	2	2	3	3
Total	57	57	37	43	34

Fonte: Elaboração própria a partir dos catálogos SP-Arte 2014, 2015, 2016, 2017 e 2018.

Os anos 2014 e 2015 correspondem àqueles com maior participação de galerias estrangeiras, principalmente oriundas de países como EUA, Espanha, Reino Unido, França e Alemanha. Nos anos seguintes essa participação diminui significativamente, sobretudo em relação às galerias dos EUA e Alemanha. Nota-se também a ausência de galerias de origem francesa nas últimas duas edições. Essa diminuição do número de galerias estrangeiras foi comentada em artigo do jornal Nexo de abril de 2017, em que se afirmou que "a recessão provocou diminuição do número de estandes de galeristas estrangeiros" (LIMA; ORENSTEIN, 2017). Assim, a diminuição está relacionada ao momento de recessão da economia brasileira, marcado pela instabilidade política do período. Essa situação também repercutiu no total de valores negociados na feira, o que será comentado a seguir. Além dos países de origem das galerias, as cidades de origem também podem ser analisadas, indicadas na tabela 27.

Tabela 27 – Cidades de origem das galerias de arte participantes da edição de 2018 da SP-Arte

Cidade	N° de galerias
São Paulo	59
Rio de Janeiro	21
Belo Horizonte	5
Londres	4
Nova York	4
Cidade de México	3
Curitiba	3
Lisboa	3
Madri	3
Brasília	2
Porto Alegre	2
Salvador	2
Torino	2
Barcelona	1
Berlin	1
Bogotá	1
Buenos Aires	1
Cidade do Cabo	1
Montevidéu	1
Moscou	1
Nova Lima	1
Porto	1
Pueblo Garzón	1
Punta del Este	1
Recife	1
Roma	1
San Gimignano	1
Santiago	1
São Bernardo do Campo	1
Valência	1
Vitória	1
Wien	1
Total	132

Fonte: Elaboração própria a partir do catálogo SP-Arte 2018.

Em relação às cidades de origem das galerias de arte participantes da SP-Arte em 2018, a maior parte, 59 ao todo, é oriunda de São Paulo. Em segundo lugar está a cidade do Rio de Janeiro, com 21. Juntas, essas cidades correspondem a 61% do total de galerias participantes da feira. Em seguida, Belo Horizonte, Curitiba, Brasília, Porto Alegre e

Salvador são as cidades brasileiras com maior número de galerias brasileiras participantes.

A partir desses dados é possível constatar que a SP-Arte reforça as cidades brasileiras mais envolvidas com o circuito de arte e evidencia as principais relações internacionais nesse setor, marcada sobretudo pela participação dos Estados Unidos, Reino Unido, Espanha e Itália. Essa situação, no entanto, foi significativamente impactada a partir da edição de 2016, marcada pelo momento de crise econômica e política no Brasil. A instabilidade provocada levou à diminuição do interesse estrangeiro pela feira brasileira, influenciando na participação de galerias estrangeiras.

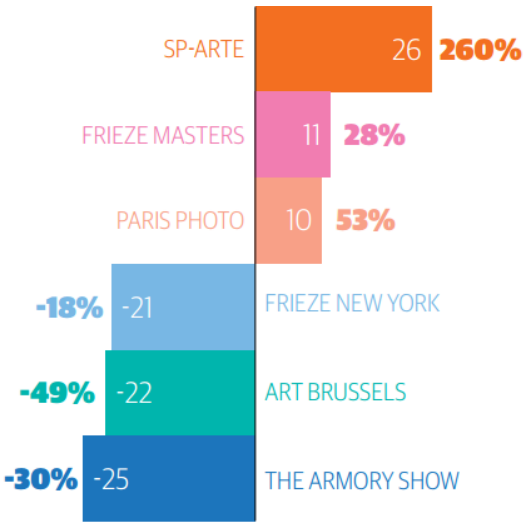
O relatório International Fair Report, citado anteriormente, comenta sobre o crescimento da SP-Arte em relação às edições dos anos 2011 a 2015 e de outras feiras organizadas em diferentes países. Segundo o relatório,

> Feiras mais jovens e menos estabelecidas viram o maior aumento no número de expositores. Os maiores aumentos ocorreram em Istambul, Cingapura, São Paulo e na Cidade do México, sugerindo que há colecionadores suficientes em metrópoles em todo o mundo. Os números de expositores na Contemporary Istanbul subiram de apenas 19 em 2011 para 94 em 2015, em consonância com a crescente popularidade da cidade no mundo da arte contemporânea. O Art Stage Singapore cresceu tanto que uma segunda edição da feira foi organizada em Jacarta (5-7 de agosto). A economia do Brasil pode ser fraca, mas, como a principal feira na América do Sul, na cidade mais populosa do hemisfério sul, a SP-Arte em São Paulo continua sendo uma parte cada vez mais importante de muitos programas de galerias (INTERNATIONAL FAIR REPORT, 2016, p. 10, tradução nossa).[81]

A seguir, a figura 9 apresentada no relatório indica as feiras que tiveram maior crescimento em relação à participação de galerias presentes na feira Art Basel nesse período, situando a SP-Arte entre elas, e também aquelas que tiveram a maior diminuição do número de galerias participantes.

[81] Younger and less established fairs have seen the greatest increase in exhibitor numbers. The biggest increases were in Istanbul, Singapore, São Paulo and Mexico City—suggesting that there are enough collectors in metropolises all over the world. Exhibitor numbers at Contemporary Istanbul have shot up from just 19 in 2011 to 94 in 2015, in line with the city's rising popularity in the contemporary art world. Art Stage Singapore has grown so sharply that a second edition of the fair has been set up in Jakarta (5-7 August). Brazil's economy may be weak but, as the foremost fair in South America, in the most populous city in the Southern hemisphere, SP-Arte in São Paulo remains an increasingly important part of many gallery programmes (INTERNATIONAL FAIR REPORT 2016, p. 10).

Figura 9 – Percentual de crescimento e decrescimento das feiras de arte entre 2011 e 2015 em relação às galerias presentes na Art Basel



Fonte: International Fair Report (2016).

Essa situação, contudo, apresenta retração quando comparada às edições referentes aos anos 2014 e 2015, com maior número de galerias estrangeiras e totais, sinalizando um momento de recessão nesse mercado. Sobre isso, é interessante considerar o que foi trazido pelo International Fair Report, ao apontar que

> A SP-Arte viu o maior aumento, de longe, com 26 galerias adicionais da Art Basel nos últimos cinco anos, representando um salto de 260%. Isso reflete o burburinho que cercou o Brasil recentemente, embora os números para 2016 possam pintar um quadro diferente, graças ao clima político e econômico cada vez mais instável do país (INTERNATIONAL FAIR REPORT, 2016, p. 12, tradução nossa).[82]

A retração do número de galerias estrangeiras confirma a situação premeditada no relatório, e também pode analisada a partir dos valores negociados nas últimas edições da SP-Arte, apresentados na tabela 28.

[82] SP-Arte has seen the biggest increase by far, with 26 additional Art Basel galleries in the past five years, representing a 260% jump. This reflects the buzz that has surrounded Brazil recently, although figures for 2016 might paint a different picture thanks to the country's increasingly rocky political and economic climate (INTERNATIONAL FAIR REPORT 2016, p. 12).

Tabela 28 – Valores negociados na SP-Arte entre 2013 e 2018[83]

Ano	Vendas (reais)
2013	R$ 99 milhões
2014	R$ 156 milhões
2015	R$ 250 milhões
2016	R$ 180 milhões
2017	R$ 65,4 milhões
2018	R$ 117 milhões

Fonte: Elaboração própria a partir de dados apresentados nos balanços da SP-Arte de 2013, 2014 e artigos dos jornais Folha de São Paulo e O Estado de São Paulo.

A partir da tabela 28, é possível notar a diminuição ocorrida nos valores totais negociados. Sobre os valores das obras de arte negociadas, o balanço da edição de 2018 traz um comentário da diretora da feira que permite melhor analisá-los:

> Cerca de 20% das obras negociadas custavam entre R$ 5 mil e R$ 10 mil e 30% até 50 mil reais. Esses números refletem uma oxigenação do cenário que a SP-Arte vem acompanhando ao longo de suas últimas edições, observada através da abertura de novos espaços e da formação de um novo público de colecionadores e apreciadores de arte. Ao mesmo tempo, o interesse do público por obras de artistas já consagrados se manteve. 37% das obras vendidas estavam na faixa de R$ 50 mil a R$ 250 mil. E outras 16%, superam os R$ 250 mil (SP-ARTE, 2018).

Nas últimas edições da feira, a partir de 2015, os preços não estavam mais divulgados ao lado das obras como nas edições anteriores. Apesar de ser um detalhe aparentemente banal, a ausência dos preços junto às informações gerais da obra tais como título, artista e ano indicam uma semelhança com feiras como a Art Basel. Em referência a esta última, Thorton (2010) comenta que "não há preços nem bolas vermelhas na parede. Tal gesto de claro comercialismo é considerado deselegante. Ademais, a consulta de um possível comprador sobre os preços é considerada [...] uma oportunidade de envolvimento" (THORTON, 2010, p. 99).

3.2.5 Outros agentes do circuito na feira

Além das galerias, outros agentes estão presentes na feira para divulgar produtos e serviços. Entre eles estão revistas, editoras e museus, que de acordo com o projeto de

[83] Em relação ao ano de 2017, só foram divulgados os valores referentes às vendas de peças de até 3 milhões de reais (MENON, 2018).

captação de recursos de 2018 recebem o espaço gratuitamente[84]. As duas primeiras exercem a função de transmitir, por exemplo, informações sobre artistas e instituições, e assim influenciam a construção de reputações e valores no circuito de arte. Juntas, um total de 24 editoras e revistas estiveram presentes na edição da SP-Arte em 2018. Também, 10 museus e instituições relacionadas às artes participaram. A seguir o quadro 13 traz a relação de editoras e revistas e o quadro 14 a relação de museus e demais instituições presentes na feira, junto aos respectivos países de origem.

Quadro 13 – Editoras e revistas participantes na SP-Arte 2018

Editora /Revista	Cidade	País
APC	São Paulo	Brasil
Arte!Brasileiros	São Paulo	Brasil
ArtNexus	Miami	EUA
Artslibris	Barcelona	Espanha
Banca Tatuí	São Paulo	Brasil
Beĩ Editora	São Paulo	Brasil
Cobogó	Rio de Janeiro	Brasil
Dasartes	São Paulo	Brasil
Desapê	São Paulo	Brasil
Edições Sesc	São Paulo	Brasil
Editora Madalena	São Paulo	Brasil
Flash Art	Milão	Itália
Ikrek	São Paulo	Brasil
Impressões Mezanino	São Paulo	Brasil
Jacarandá	São Paulo	Brasil
Monolito	São Paulo	Brasil
Projeto Leonilson	São Paulo	Brasil
Revista Zum	São Paulo	Brasil
Select	São Paulo	Brasil
Taschen/Paisagem	Rio de Janeiro	Brasil
Terremoto	Cidade do México	México
Tijuana	São Paulo	Brasil
Ubu	São Paulo	Brasil
Viva Projects	São Paulo	Brasil

Fonte: Elaboração própria a partir de dados disponibilizados no catálogo SP-Arte 2018.

[84] Segundo o projeto, "a exposição tem também cerca de 30 espaços dedicados a museus e instituições culturais de diferentes Estados brasileiros, notadamente S, SE e NE, e a publicações, revistas e editoras de livros. Todos os museus, editoras e revistas recebem os espaços gratuitamente" (SALIC, 2018).

Quadro 14 – Museus e instituições culturais na SP-Arte 2018

Museu	Cidade
Escola de Artes Visuais Parque Lage	Rio de Janeiro
Fundação Iberê Camargo	Porto Alegre
Instituto de Arte Contemporânea	São Paulo
Instituto Tomie Ohtake	São Paulo
Museu Brasileiro de Escultura e Ecologia	São Paulo
Museu de Arte de São Paulo	São Paulo
Museu de Arte Moderna Aloísio Magalhães	Recife
Museu de Arte Moderna de São Paulo	São Paulo
Museu Lasar Segall	São Paulo
Pinacoteca de São Paulo	São Paulo

Fonte: Elaboração própria a partir de dados disponibilizados no catálogo SP-Arte 2018.

A partir do quadro 13 pode-se notar que na edição de 2018 a maior parte das revistas e editoras participantes da SP-Arte é de origem brasileira e paulistana, e apenas três são estrangeiras, com origem nos EUA, Itália e México. Essa edição apresentou uma grande diminuição quando comparada a 2016, por exemplo, em que revistas e editoras estrangeiras somaram 9 no total. Em relação aos museus, a maior parte corresponde a instituições da cidade de São Paulo, e não houve participação de museus estrangeiros.

3.2.6 Algumas considerações sobre a SP-Arte

O relato sobre a da feira SP-Arte permite visualizar não apenas sua forma de organização, mas também como ela funciona como um agrupamento de diferentes agentes do circuito de arte. Há uma relação de cooperação entre seus agentes, e é a ação conjunta que garantirá uma contínua legitimação da obra de arte, dos artistas, do colecionismo e colecionadores, das instituições ligadas ao setor e daqueles que se dedicam à comercialização das obras.

Acerca do perfil do público que frequenta a SP-Arte é pertinente retomar a consideração de Hans (2014) sobre a alta cultura. A feira evidencia o tipo de consumo relacionado ao circuito de arte, consistindo em um evento voltado aos representantes da chamada alta cultura por dois aspectos: a participação supõe um conhecimento anterior acerca das artes visuais, geralmente associado a um elevado padrão de vida, e os altos valores envolvidos nas compras se relacionam a um público com alto poder aquisitivo.

Apesar de não divulgadas de forma sistemática, algumas informações disponibilizadas contribuem para análise sobre e feira e o impacto por ela gerado. De

acordo com o balanço oficial da SP-Arte referente à edição de 2016, a feira gerou para a cidade de São Paulo uma renda de R$ 23 milhões em serviços. Entre eles estão hospedagem, alimentação, transporte e lazer, dos quais foram recolhidos 5% pelo Município de São Paulo via Imposto sob Serviços (ISS). Já em relação às vendas totais da feira, nem todas as edições tiveram seus valores totais publicados oficialmente.

Os países de origem das galerias participantes, inclusive em relação às edições anteriores, reforçam a participação de algumas nações no circuito de arte. A distribuição permite visualizar as principais relações que o evento estabelece com outros países, em que se destacam na Europa países como Espanha, Reino Unido e Itália, e na América os Estados Unidos, México e Uruguai. Também, as cidades de origem das galerias confirmam a situação comentada no tópico 2.2, uma vez que a maior parte delas corresponde a metrópoles.

O formato da SP-Arte em relação às seções e atividades realizadas parece seguir os modelos de feiras internacionais como a Art Basel, a Art Basel Miami Beach e Frieze London. A divisão por setores e as palestras intituladas Talks, por exemplo, são muito próximas das realizados nessas feiras internacionais. A Frieze Lodon possui em sua programação o Frieze Talks, em um formato muito próximo do realizado na seção de palestras da SP-Arte. Dessa forma, podemos acrescentar à colocação de Thompson (2011) sobre a importâncias dessas feiras, especificamente a Art Basel, Art Basel Miami Beach e Frieze que, além da boa reputação que funciona como uma valorização das obras ali negociadas, essas feiras atuam de forma a influenciar a organização desse tipo de evento, criando uma relação mimética com feiras menores, como acontece com a SP-Arte.

Além disso, a análise trazida pelo relatório International Fair Report sinaliza a influência exercida pela Art Basel, utilizada como parâmetro para pautar o crescimento e a qualidade da feira SP-Arte, e reforça o que foi proposto por Curioni (2012). Para o autor, a nacionalidade constitui um critério relevante no processo de admissão das galerias por razões comerciais, uma vez que impactarão na atração de colecionadores de arte. Tendo em conta a origem das galerias participantes da Art Basel comentada no item 2.2, além de indicar a expansão do número de galerias, os parâmetros estabelecidos agem no sentido de dimensionar e estabelecer as hierarquias contidas no circuito de arte. Também,

utilizadas como referência, algumas feiras são mais reconhecidas do que outras, e publicações como os relatórios agem no sentido de reafirmar essa posição.

A concentração das atividades da programação anexa à feira nas localidades citadas pode ser analisada a partir do que foi exposto no tópico 3.1. Tanto o Gallery Night como o Circuito Ateliês Abertos inseridos nessa programação acontecem nos bairros Jardins, Itaim Bibi, Vila Madalena e Pinheiros. Estes têm seu conteúdo artístico reafirmado pelas atividades da SP-Arte e sugerem uma discussão sobre os distritos de arte móveis trazida por Molotch e Treskon (2009) e Jansson (2015). Se o consumo das elites nos anos 1970 foi realocado em direção à avenida Paulista e Jardins, conforme apontou Rolnik (2001), confirma-se um movimento que atualmente inclui os bairros Pinheiros e Vila Madalena, consolidando-se como referência no circuito de arte.

Dessa forma, o circuito de arte e seus eventos, visualizados a partir de seu caráter espacial, indicam as relações que a atividade artística estabelece com seu entorno e de que forma se apropria, utiliza e transforma determinados lugares. Nesse sentido, a feira SP-Arte utiliza e reafirma os conteúdos dos bairros onde se dão suas atividades anexas, correspondentes a áreas valorizadas da cidade. Além disso, a feira estabelece uma relação com o Pavilhão da Bienal, onde se localiza de forma estratégica.

A partir disso podemos refletir sobre a SP-Arte subsidiados pelo conceito de evento geográfico, uma vez que

> Os eventos, as ações não se geografizam indiferentemente. Há, em cada momento, uma relação entre valor da ação e valor do lugar onde ela se realiza; sem isso, todos os lugares teriam o mesmo valor de uso e o mesmo valor de troca, valores que não seriam afetados pelo movimento da história (SANTOS, 2012 [1996], p. 86).

A feira SP-Arte utiliza o conteúdo do lugar já consagrado pela Bienal de Arte de São Paulo, onde acontece desde 1953, e cria uma nova situação ao adicionar ali os conteúdos das feiras internacionais. Durante o período da feira, o Parque Ibirapuera – área pública onde se encontra o Pavilhão da Bienal – recebe novos conteúdos trazidos pela SP-Arte, entre eles um público de alto poder aquisitivo ligado a esse segmento artístico, galerias brasileiras e estrangeiras, restaurantes e demais agentes do circuito de arte. Tendo em conta que "desde o momento em que o evento se dá, a forma, o objeto que o acolhe ganha uma outra significação, provinda desse encontro" (SANTOS, 2012 [1996], p. 103), essa localização é alterada a partir desses novos conteúdos trazidos pelo evento que,

dotado de espacialidade, compõe o movimento do espaço geográfico e dá origem a uma nova situação geográfica.

3.3 Sobre a participação brasileira no circuito de arte internacional

Como comentado anteriormente, algumas publicações contribuíram para analisar a participação do Brasil no circuito de arte internacional, como o relatório TEFAF em 2012 e o International Fair Report em 2016. Além desses, o Projeto Latitude – iniciativa da ABACT em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (APEX Brasil) – também produziu relatórios importantes, publicados entre 2012 e 2016 e serão comentados nesse item. Essas publicações, no entanto, não foram realizadas em 2017 e 2018. Ao mesmo tempo, dados referentes às exportações e importações de obras de arte no Brasil, às feiras de arte internacionais brasileiras e a participação de galerias brasileiras em feiras internacionais contribuem para dimensionar a participação do Brasil no circuito de arte internacional e também serão expostos.

3.3.1 Importação e exportação de obras de arte

Alguns dados disponibilizados pela plataforma Comex Stat do Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços[85] auxiliam a análise sobre a participação do Brasil no circuito de arte internacional. As exportações e importações de obras de arte podem ser visualizadas a partir do ano 1997 até o momento atual, especificadas por país e estados de destino ou origem. A seguir a tabela 29 indica as exportações de obras de arte pelo Brasil especificadas por país e, para melhor analisarmos essas transações, estão divididas em períodos para indicar quando são mais intensas.

[85] Antigo Sistema de Análise das Informações de Comércio Exterior (Alice Web).

Tabela 29 – Exportações de obras de arte em dólares pelo Brasil por períodos

País	1997 a 2017	%	2005 a 2017	% sobre valor total	2011 a 2017	% sobre valor total
EUA	$ 478.476.642	52%	$ 469.973.560	51%	$ 426.292.897	46%
Reino Unido	$ 196.527.880	21%	$ 195.176.699	21%	$ 183.178.436	20%
Suíça	$ 83.608.404	9%	$ 82.483.079	9%	$ 74.690.087	8%
Espanha	$ 46.471.035	5%	$ 41.397.554	4%	$ 23.325.758	3%
França	$ 29.089.222	3%	$ 26.916.532	3%	$ 19.545.868	2%
Hong Kong	$ 16.201.582	2%	$ 16.184.259	2%	$ 16.085.371	2%
Portugal	$ 13.322.417	1%	$ 12.989.101	1%	$ 11.736.128	1%
Itália	$ 9.779.269	1%	$ 9.016.207	1%	$ 8.438.610	1%
China	$ 8.874.600	1%	$ 8.497.876	1%	$ 8.375.540	1%
Alemanha	$ 8.010.827	1%	$ 7.706.290	1%	$ 6.692.306	1%
Outros	$ 36.709.547	4%	$ 34.933.487	4%	$ 27.072.464	3%
Total	**$ 927.071.425**	**100%**	**$ 905.274.644**	**98%**	**$805.433.465**	**88%**

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados disponibilizados pela plataforma Comex Stat (2018).

Sobre os maiores compradores de obras de arte do Brasil no período compreendido entre os anos 1997 e 2017, os EUA estão em primeiro lugar, responsáveis por mais da metade das exportações. Em segundo lugar, o Reino Unido representa 21% das exportações, seguido por Suíça, Espanha e França. É interessante observar a posição de Hong Kong e da China, que representam respectivamente a sexta e nona posições e sinalizam a participação desses países no circuito de arte nos últimos anos.

Além dos maiores países compradores, é importante considerar a distribuição das transações pelos períodos indicados. É possível perceber que a maior parte das exportações ocorreu a partir de 2005, e é ainda mais significativa no terceiro período, entre 2011 e 2017. Este, assim, responde pela maior parte das exportações totais de obras de arte pelo Brasil, indicando o momento em que o país tem maior participação no circuito internacional. A seguir, a tabela 30 indica as exportações por unidades da federação.

Tabela 30 – Exportações de obras de arte em dólares pelo Brasil por unidade da federação

Estado	Exportação entre 1997 e 2017	%
São Paulo	$ 473.059.193	51%
Rio de Janeiro	$ 103.465.046	11%
Minas Gerais	$ 4.609.590	0,5%
Rio Grande do Sul	$ 2.519.507	0,3%
Santa Catarina	$ 2.056.230	0,2%
Bahia	$ 1.595.852	0,2%
Paraná	$ 832.200	0,1%
Espírito Santo	$ 741.821	0,1%
Pernambuco	$ 318.922	0,03%
Distrito Federal	$ 259.771	0,03%
Ceará	$ 84.107	0,01%
Goiás	$ 68.199	0,01%
Pará	$ 52.503	0,01%
Alagoas	$ 21.009	0,01%
Amazonas	$ 8.543	0,01%
Rio Grande do Norte	$ 5.670	0,01%
Mato Grosso do Sul	$ 5.383	0,01%
Rondônia	$ 4.293	0,01%
Mato Grosso	$ 1.738	0,01%
Paraíba	$ 148	0,01%
Tocantins	$ 131	0,01%
Sub-Total	$ 589.709.856	**64%**
Não Declarada	$ 319.060.771	34%
Zona Não Declarada	$ 7.429.106	1%
Mercadoria Nacionalizada	$ 5.465.297	1%
Reexportação	$ 5.406.395	1%
Total	**$ 927.071.425**	**100%**

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados disponibilizados pela plataforma Comex Stat (2018).

O estado brasileiro que realizou mais exportações no período foi São Paulo, responsável por 51% das transações. Em seguida, o Rio de Janeiro ocupa o segundo lugar, com 11%. Os demais estados têm participação ínfima se comparadas aos primeiros. Também, o valor referente às mercadorias não declaradas é relevante, correspondendo a 34% do valor total de exportações. Essa situação deflagra a quantidade de obras exportadas sem registro e, portanto, sem pagamento da taxa de exportação. A seguir, a tabela 31 indica as importações de obras de arte pelo Brasil no período entre os anos 1997 a 2017.

Tabela 31 – Importações de obras de arte em dólares pelo Brasil entre 1997 a 2017

País		1997 a 2017	%
Estados Unidos	$	95.775.032,00	29%
Reino Unido	$	93.878.984,00	28%
França	$	25.172.121,00	8%
Suíça	$	19.021.560,00	6%
Itália	$	14.514.493,00	4%
China	$	12.995.903,00	4%
Alemanha	$	8.735.628,00	3%
Espanha	$	8.476.455,00	3%
Áustria	$	8.047.355,00	2%
Ilhas Virgens	$	5.636.176,00	2%
Outros	$	40.959.008,00	12%
Total		**$333.212.715,00**	**100%**

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados disponibilizados pela plataforma Comex Stat (2018).

A partir dos dados indicados, é possível notar que o país de quem o Brasil mais importou obras de arte foram os EUA, seguidos por Reino Unido. Juntos, foram responsáveis por 57% das compras. Em seguida estão França, Suíça, Itália e China. Os valores referentes à importação são inferiores quando comparados aos de exportação, revelando uma balança comercial positiva nesse mercado. Contudo, os valores não declarados demonstram a informalidade do setor e o quanto os dados precisam ser mais verificados para de fato oferecer um real dimensionamento da atuação brasileira.

3.3.2 O Projeto Latitude

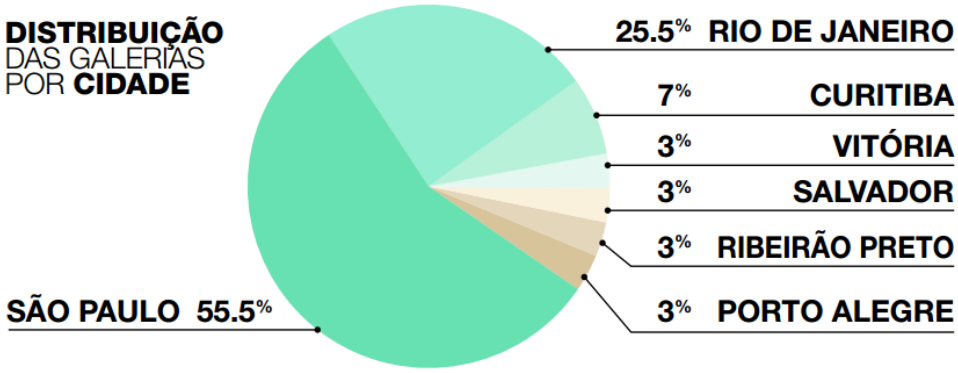
As informações sobre o desempenho das galerias no circuito também são escassas. Sobre isso, o Projeto Latitude se fez importante. Conforme indicado anteriormente, o projeto foi realizado através da parceria da ABACT e APEX Brasil, e procurou levantar dados para medir o mercado de arte brasileiro e a participação brasileira no mercado internacional de arte através das galerias associadas. Os resultados foram publicados em relatórios anuais denominados “Pesquisa Setorial – O mercado de arte contemporânea no Brasil”, entre 2012 e 2016, e as quatro primeiras edições foram coordenadas pela pesquisadora Ana Letícia Fialho. Em artigo publicado na revista de arte Select em 2 de outubro de 2012 a pesquisadora comentou sobre a importância da pesquisa:

> A necessidade de mapear o setor resultou na realização de uma pesquisa inédita visando conhecer o perfil, o tamanho, o grau de profissionalização e internacionalização das galerias do mercado primário. Encomendada pela Associação Brasileira de Arte Contemporânea (ABACT) e o programa setorial integrado ABACT-

> APEX-Brasil, a pesquisa [...] aponta tendências e começa a jogar luz sobre um setor que, costumava-se acreditar, operava de forma pouco transparente, muitas vezes na informalidade e jamais revelava os segredos de seus negócios (FIALHO, 2012).

O último relatório da Pesquisa Setorial do Projeto Latitude foi lançado em 2016, referindo-se ao ano de 2015. Dessa edição participaram 29 galerias, em contraposição às 41 que foram consideradas no relatório de 2015 e indicando, portanto, uma diminuição do universo compreendido da pesquisa. A seguir, o gráfico 9 indica a distribuição das galerias por cidade referente ao relatório de 2016.

Gráfico 9 – Distribuição das galerias da Pesquisa Setorial Latitude 2016 por cidade



Fonte: Latitude (2016).

As galerias consideradas são provenientes em maior número da cidade de São Paulo, em seguida do Rio de Janeiro. Curitiba em terceiro lugar detém 7% das galerias, e 3% correspondem a Vitória, Salvador, Ribeirão Preto e Porto Alegre. Essa distribuição reflete a origem de galerias participantes da feira SP-Arte e a própria concentração desses estabelecimentos do circuito de arte no Brasil.

O relatório aponta alguns aspectos do comércio praticado pelas galerias no ano de 2015. Em relação ao número de obras, foram vendidas cerca de 4.300 obras, em maior parte pinturas, esculturas, fotografias e desenhos. Os valores totais das transações não foram divulgados, mas outras informações permitem analisar o perfil das vendas. Entre eles, a tabela 32 indica a média de vendas no mercado nacional e internacional, comparando-as com os outros anos abarcados pelo projeto.

Tabela 32 – Média de vendas realizadas para o mercado nacional e para o mercado internacional entre 2011 e 2015

Ano	Mercado nacional	Mercado internacional
2011	84%	16%
2012	85%	15%
2013	85%	15%
2014	85%	15%
2015	80%	20%

Fonte: Latitude (2016).

Há clara preponderância do mercado nacional frente ao internacional em todos os anos considerados, com um pequeno aumento nas vendas internacionais em 2015. Esse aumento coincide com um momento de crescimento da feira SP-Arte em relação às galerias internacionais, situação que sofreu alteração nas edições seguintes. Também em relação às vendas, o relatório aponta os perfis dos colecionadores que compraram obras das galerias, apontados na tabela 33.

Tabela 33 – Perfil dos colecionadores relativo às compras de obras de arte das galerias do Projeto Latitude (2016)

Perfil	%
Colecionadores privados brasileiros	75,2%
Colecionadores privados estrangeiros	15%
Instituições brasileiras	2,7%
Coleções corporativas estrangeiras	1,6%
Coleções corporativas brasileiras	0,8%
Instituições estrangeiras	0,9%
Outros no Brasil	3,5%
Outros fora do Brasil	0,2%

Fonte: Latitude (2016).

A partir da tabela é possível constatar que a maior parte dos compradores de obras de arte são privados e brasileiros e, em menor parte, privados estrangeiros. No entanto, as compras referentes às coleções corporativas estrangeiras foram maiores do que aquelas realizadas por corporações brasileiras. As compras de instituições brasileiras, em terceiro lugar, somam apenas 2,7%. A seguir, a tabela 34 indica os países de origem dos compradores estrangeiros que adquiriram obras de galerias brasileiras.

Tabela 34 – Países de origem dos compradores de obras de arte das galerias do Projeto Latitude (2016)

Número de galerias	País
15	EUA
8	Reino Unido
4	Espanha e Suíça
3	Colômbia e Portugal
2	México e Venezuela
1	Alemanha, Argentina, Austrália, Bélgica, Canadá, China, Coreia do Sul, EAU, Holanda, Hong Kong, Itália, Líbano, Panamá, Peru, Filipinas, Singapura e Turquia

Fonte: Latitude (2016).

A tabela 34 reforça os dados fornecidos pela plataforma Comex Stat, uma vez que os EUA consistem no país de origem de compradores que mais negociaram obras de arte com galerias brasileiras, seguidos por Reino Unido, Espanha e Suíça. Nota-se a ausência da França, país cujas galerias diminuíram paulatinamente na SP-Arte, ausentando-se nas últimas edições da feira. Também, as feiras internacionais se mostraram importantes para as galerias, já que segundo o relatório 75% delas participaram de feiras em outros países em 2015.

Apesar do número de galerias consideradas pelo Projeto Latitude ser inferior ao do levantamento apresentado anteriormente com um total de 155 galerias, é necessário levar em conta o rigor e detalhamento que o relatório apresentou, permitindo visualizar de forma mais concreta o perfil e atuação destes estabelecimentos. Ele contribui para uma melhor compreensão do funcionamento e papel das galerias no circuito ao representar artistas e estabelecer uma complexa rede de relações. Estas ficarão ainda mais evidenciadas nas feiras, onde galerias de diversos países se estabelecem temporariamente em um local comum.

Também, o relatório do Projeto Latitude de 2015 ressalta os obstáculos apontados pelas galerias que prejudicam o desenvolvimento brasileiro no setor. Entre eles, estão a instabilidade econômica do país, a alta carga tributária sobre as obras de arte e a dificuldade em ter acesso a colecionadores institucionais, como os museus.

3.3.3 Feiras de arte no Brasil, galerias brasileiras no exterior e participação de galerias em feiras internacionais

Após a SP-Arte outras feiras internacionais foram organizadas no Brasil, conforme apontado no tópico 2.2. Em um momento de recente crescimento da participação brasileira no circuito internacional, o aumento do número de feiras internacionais no Brasil sinaliza o protagonismo estabelecido por esses eventos. A seguir, a tabela 35 indica as feiras brasileiras junto ao ano de criação, cidade, quantidade de galerias na última edição e local de realização.

Tabela 35 – Feiras internacionais de arte no Brasil

Feira	Cidade	Ano de criação	N° de galerias na última edição	Local
SP-Arte	São Paulo	2005	132	Pavilhão da Bienal
ArtRio	Rio de Janeiro	2011	59	Marina da Glória
Parte	São Paulo	2011	17	Clube A Hebraica
Artigo	Rio de Janeiro	2012	35	CasaShopping
Semana de Arte	São Paulo	2017	43	Pavilhão das Culturas Brasileiras

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados disponibilizados pelos sites das feiras SP-Arte, ArtRio, PARTE, Artigo e Semana de Arte.

As cinco feiras brasileiras se distribuem entre as cidades de São Paulo, com 3, e Rio de Janeiro, com 2 feiras, reafirmando assim a concentração já visualizada anteriormente em relação a outros aspectos. Delas, a SP-Arte é a maior feira, com um total de 132 galerias de arte na última edição, seguida pela ArtRio com 59. É interessante notar que a Semana de Arte, terceira feira organizada em São Paulo, também é sediada no Parque Ibirapuera e ocupa outro prédio projetado por Oscar Niemeyer que integra o complexo, o Pavilhão das Culturas Brasileiras.

Poucas galerias paulistanas têm filiais no exterior, sendo elas a galeria Nara Roesler, Mendes Wood e Emma Thomas, as três com estabelecimentos em Nova York, e a Galeria de Babel com uma filial em Miami (FLAMINGO, 2016). Em relação a galerias internacionais em São Paulo, o levantamento realizado apontou a White Cube, galeria britânica que manteve uma filial entre 2012 e 2015. A instalação de três galerias brasileiras em Nova York ressalta a importância dessa cidade no circuito de arte.

Apesar do pequeno número de galerias brasileiras com filiais no exterior, é importante considerar que as feiras constituem plataformas de internacionalização desses

estabelecimentos, possibilitando o acesso ao circuito internacional. A própria participação na SP-Arte é uma forma de ganhar visibilidade dentro do circuito, que será maior à medida que as galerias participem de outras feiras internacionais.

Em relação à participação mais recente de galerias brasileiras em feiras internacionais, a tabela 36 sintetiza dados sobre a última edição da Art Basel, Art Basel Miami Beach e Frieze London, de grande reconhecimento no circuito, e também das feiras latino-americanas ArteBA e ArteBO.

Tabela 36 – Galerias brasileiras em feiras internacionais

Feira	Origem das galerias	Quantidade de galerias
Art Basel Miami Beach	São Paulo	15
	Rio de Janeiro	3
	Curitiba	1
Art Basel	São Paulo	4
	Rio de Janeiro	1
Frieze London	São Paulo	1
	Rio de Janeiro	1
ArteBA	São Paulo	6
	Rio de Janeiro	1
ArteBO	São Paulo	5
	Rio de Janeiro	1

Fonte: Elaboração própria com base nas informações disponíveis nos sites das feiras Art Basel Miami Beach (2018), Art Basel (2018) e Frieze London (2017), ArteBA (2018) e ArteBO (2018).

A feira com maior participação de galerias brasileiras é a Art Basel Miami Beach, totalizando 19 galerias. A feira argentina ArteBA é a segunda, com 7, seguida pela colombiana ArteBO, com 6. A feira suíça Art Basel teve 5 galerias brasileiras em sua última edição. Esses dados, junto às feiras internacionais de arte realizadas no Brasil, indicam uma maior inserção das galerias brasileiras no circuito de arte internacional na última década, embora também reflitam os momentos desfavoráveis associados à recente situação econômica e política nacionais.

3.3.4 Algumas considerações sobre o circuito de arte brasileiro e sua inserção internacional

O aumento do número de feiras de arte internacionais e das exportações de obras de arte por galerias brasileiras sinalizam um crescimento e sofisticação do circuito de arte no Brasil, acompanhando o movimento de expansão do calendário de feiras de arte internacionais junto à intensificação do comércio de obras de arte no mundo. Essa

expansão se deu de forma concentrada nas cidades de São Paulo e Rio de Janeiro, refletindo a concentração da riqueza no Brasil.

O circuito de arte também se insere, portanto, na proposição de Santos (2012 [1994) ao enfatizar que "a mundialização das cidades, sobretudo nos países subdesenvolvidos, deve levar ao agravamento da distância entre os níveis de atividade: distância entre níveis de capital, de produtividade, de exigências quanto ao 'entorno' material, de poder" (SANTOS, 2012 [1994], p. 125), e reflete as condições desiguais e concentração de recursos no Brasil.

Além disso, esse crescimento seguiu pautado por algumas orientações, percebidas através de dados como a origem das galerias participantes das feiras e os países de destino das exportações. Um pequeno número de países corresponde àqueles com maior presença no circuito de arte brasileiro e coincidem, em grande parte, com aqueles de maior protagonismo no circuito internacional, revelando suas concentrações e hierarquias. Sobre isso, Quemin (2008) advoga:

> Quando os agentes são questionados e se dissipam os primeiros escrúpulos ligados à existência de países líderes e de países cujo papel é secundário ou mesmo marginal, todos mais ou menos se unem para estabelecer uma mesma classificação, colocando na primeira posição os Estados Unidos, seguidos da Alemanha e, depois, outros países como a Suíça, a Inglaterra ou mesmo a França e a Itália (QUEMIN, 2008, p. 92).

O autor também reforça que, exceto os polos constituídos pela Europa e Estados Unidos, não há nenhuma feira com real influência internacional. Atualizando esse cenário, é possível perceber uma maior participação de outros países, como a China e sua atuação nos leilões, Hong Kong com a feira Art Basel Hong Kong e o crescimento de feiras em países periféricos, como o Brasil. Essa situação levanta questões sobre a participação de uma diversidade maior de países no circuito, embora dados mais recentes sinalizem uma piora nesse cenário em relação ao Brasil, conforme indicam as últimas duas edições da SP-Arte apresentados no item anterior.

Entre as causas apontadas para o baixo desempenho das atividades ligadas ao setor artístico é elencado o pequeno incentivo das instâncias de governo, omissos em ações como abatimento de impostos para compras e vendas de obras de arte e maiores incentivos a museus e demais instituições artísticas, desfavorecendo o desenvolvimento do circuito e causando uma posição marginalizada do país frente ao circuito internacional.

Para Fialho (2017), essa omissão é a causa da maior procura de colecionadores privados e do patrocínio corporativo pelas instituições artísticas, sem os quais inexistiria o colecionismo institucional.

Ao mesmo tempo, a hegemonia protagonizada por alguns países no circuito internacional pode ser vista como impeditivo da maior desenvoltura do circuito brasileiro, já que as possibilidades de participação e competição dificultam a visibilidade de países que estão à margem desse setor. Essa situação se revela a partir das informações trazidas pelos relatórios sobre o mercado de arte e as iniciativas de ranqueamento de artistas, por exemplo, que tendem a reforçar as posições dominantes. Portanto, o circuito de arte também revela orientações presentes em outros setores econômicos e que promovem desigualdades.

3.4 O circuito de arte: aproximações conceituais

Ao longo deste trabalho, o circuito de arte foi delineado a partir de alguns de seus agentes e eventos, sobretudo as feiras. Esses agentes se situam nas diferentes etapas entre a produção e consumação de obras de arte, envolvendo artistas, galerias, museus, casas de leilão, colecionadores entre outros. Junto a eles, as corporações empresariais exercem diferentes funções, desde o patrocínio de instituições artísticas ou mesmo o colecionismo corporativo. Além desses, os relacionados à produção de informações podem ser considerados, não só pela divulgação de artistas ou instituições, mas também pela elaboração de ranqueamentos cujos efeitos influenciam o circuito de um modo geral.

As feiras constituíram-se como eventos de grande centralidade no circuito, caracterizando-o no período da globalização. Concentradas nas metrópoles, estão associadas às condições proporcionadas por essas cidades e refletem a participação que detêm na economia global. Esses eventos conformam um calendário global que pauta a ação dos diversos agentes envolvidos no circuito, e estão distribuídos conforme a capacidade dos territórios de atração do capital. Nesse contexto consideramos a posição de países como EUA e Reino Unido, além da recente participação da China e da Coreia do Sul.

Analisar o circuito de arte pressupõe abarcar além da produção artística, considerando processos espaciais que se impõe na escala do globo. A partir dele questionamos qual o reconhecimento destinado às diversas expressões artísticas radicadas

nos diferentes países e os aspectos de sua inserção na economia global. Nesse sentido, refletimos sobre os critérios estabelecidos no circuito de arte no Brasil e no mundo e de que forma impõem influências importadas de outras formações socioespaciais para avaliar o desempenho em um setor permeado de informalidade, e em que o poder econômico implica maior reconhecimento e legitimidade dos agentes e consequentemente das obras de arte.

Barbosa (2013), retomando a discussão acerca das redes no circuito e enfatizando o papel de seus agentes argumenta que a arte na contemporaneidade é "essencialmente influenciada pelos interesses econômicos, que articulam uma delicada rede no seu entorno. Tal rede se caracteriza pela atuação de poderosas instituições como museus, galerias, academia etc. na formação de um discurso peculiar" (BARBOSA, 2013, p. 82). Em relação à arte produzida em países periféricos, argumenta sobre a presença de um discurso identitário e homogeneizador, correspondentes àqueles construídos durante a colonização. Segundo a autora,

> o outro ainda é o exótico e suas identidades são reduzidas a uma única referência, o que não abarca a sua condição de pluralidade. [...] A comercialização de marcas identitárias não garantem o fim das hierarquias estéticas formadas no projeto colonial. Dessa forma, os mercados dos grandes centros ainda exercem grande poder sobre as narrativas globais (BARBOSA, 2013, p. 82).

A autora enfatiza, assim, que a arte produzida nos países de posição periférica na economia global não obtém o mesmo reconhecimento daquela correspondente aos países centrais. A produção artística não é considerada em toda a sua diversidade, reduzida a um caráter "exótico". Essa situação indica as condições em que o circuito de arte se estabelece e os mecanismos de diferenciação, associados por sua vez a fatores econômicos e que podem ser percebidos na atuação brasileira.

A análise do circuito de arte no Brasil revela uma configuração desigual que pode ser visualizada em diversos níveis. Na cidade de São Paulo, por exemplo, é vista a partir da grande concentração de galerias de arte em determinados bairros, reforçando sua valorização e segregação; no Brasil, na posição primaz de São Paulo, seguida pelo Rio de Janeiro, concentrando as feiras internacionais e as exportações de obras de arte; no mundo, sua posição periférica quando expostas as concentrações de feiras e vendas em países que representam grandes economias mundiais e detém maior influência no circuito internacional.

A primeira feira internacional de arte no Brasil, a SP-Arte, reflete a condição de primazia urbana de São Paulo, cidade que concentrou grande capital ao longo de um processo de acumulação marcado pela agricultura, com o café, seguido pela atividade industrial e que por fim deu lugar à preponderância das atividades do setor terciário. Essa concentração permitiu que a cidade assumisse o papel diretor na dinâmica espacial brasileira (SANTOS, 2012 [1994]). O circuito de arte se desenvolveu a partir dessas condições, acompanhando o movimento de urbanização e associando-se às áreas mais valorizadas e ao seu próprio público.

A SP-Arte responde à necessidade brasileira de adequação ao circuito internacional, cada vez mais pautado pelas feiras internacionais. Instalada no Pavilhão da Bienal, essa localização se justifica, em primeiro lugar, pelo fato de que "cada lugar torna-se capaz de transmitir valor aos objetos que sobre ele se constroem [...] (SANTOS, 2013 [1994], p. 72). Ao mesmo tempo, adiciona ali novos conteúdos das feiras de arte relacionados ao período da globalização e, portanto, aos processos de produção da materialidade – em relação à economia, transportes e comunicação – e das novas relações entre países, classes e pessoas (SANTOS, 2015 [2000], p. 65).

Tendo em conta o circuito de arte e a atualização dos eventos a ele associados, sobretudo as feiras internacionais, deparamo-nos com as instâncias de produção, circulação e consumo da obra de arte atreladas às lógicas espaciais de competitividade que, permeadas por uma desigualdade intencional, refletem no reconhecimento outorgado a esses objetos e aos seus mediadores. Uma vez expostos alguns de seus agentes, os mecanismos por eles empreendidos e a centralidade de seus eventos, sobretudo as feiras internacionais, nos cabe refletir sobre o circuito de arte em relação às possíveis propostas teóricas, possibilitando uma abordagem conceitual que auxilie a compreensão de seu funcionamento e suas especificidades.

Para compreender o circuito de arte apoiamo-nos no conceito de circuito espacial produtivo, como proposto por Santos (2014 [1988]). Sobre esse conceito, Castillo e Frederico (2010) colocam que

> [o circuito espacial produtivo] enfatiza, a um só tempo, a centralidade da circulação (circuito) no encadeamento das diversas etapas de produção; a condição do espaço (espacial) como variável ativa na reprodução social; e o enfoque centrado no ramo, ou seja, na atividade produtiva dominante (produtivo) (CASTILLO; FREDERICO, 2010, p.463).

É necessário, no entanto, ter em conta a especificidade desse circuito, uma vez que não se enquadra propriamente como uma produção industrial ou agrícola. Uma das abordagens que dialoga com diferentes produções é de cadeia criativa, explicado em documento da Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD) intitulado Creative Economy – Report 2008 e em que se ressaltam "os ciclos de criação, produção e distribuição de bens e serviços que usam criatividade e capital intelectual como insumos primários"[86](UNCTAD, 2008, p. iv, tradução nossa). Atrelados ao que propõe como economia criativa, esses ciclos constituem cadeias criativas entre os diferentes setores, em que se enquadram atividades relacionadas às artes visuais, dança, moda e design, por exemplo.

Salvaguardando as peculiaridades do circuito de arte, que se aproxima em parte da proposta da economia criativa, reafirmamos seu caráter espacial reconhecendo a dimensão geográfica do processo de produção, distribuição e consumo das obras de arte, que se relaciona por sua vez ao reconhecimento e valor creditado a estas últimas. Assim, temos no circuito espacial de produção nossa principal referência, também reconhecendo possíveis círculos de cooperação a eles relacionados. Associados, são criados "como forma de regular o processo produtivo e assegurar a realização do capital" (SANTOS, 2013 [1994], p. 121). Os círculos de cooperação estariam representados, por exemplo, pelas empresas especializadas em armazenamento, transporte e instalação de obras de arte, pelas consultorias artísticas que agem de forma a pautar a ação dos agentes do circuito, sobretudo dos colecionadores, e também pelas próprias feiras de arte.

Uma vez expostos os mecanismos do circuito de arte, no sentido de estabelecer diferenciações e posicionamentos dominantes, reconhecemos nele a regulação do processo produtivo no que se refere às obras de artes consideradas nesse estudo. Nesse contexto, "as cidades são definidas como pontos nodais, onde estes círculos de valor desigual se encontram e se superpõe" (SANTOS, 2013 [1994], p. 121). Daí também as cidades se diferenciarem no circuito, algumas delas exercendo maior protagonismo concentrando grande quantidade de feiras, como Nova York e Londres.

[86] The cycle of creation, production and distribution of goods and services that use intellectual capital as their primary input (UNCTAD, 2008, p. iv).

Associado ao conceito de circuito espacial de produção, também reconhecemos o circuito de arte como global, uma vez que

> No espaço mundializado do capitalismo monopolista, a ótica para se apreender os circuitos espaciais da produção deverá ser global e as localizações singulares deverão ser discutidas na escala da divisão internacional do trabalho. O circuito do capital e das mercadorias, mesmo que circulando espacialmente numa escala local se vê, direta ou indiretamente, envolvido numa circularidade mundial (MORAES, 1985, p. 11).

O circuito de arte é, assim, global, tendo em conta que "a economia mundial jamais foi um acontecimento planetário; sempre teve fronteiras mais ou menos definidas" (SASSEN, 1998, p. 44). A partir disso, delineamos o circuito de arte reconhecendo o processo encadeado por seus agentes e o papel de seus eventos, especialmente as feiras de arte internacionais. Uma vez que esse processo se relaciona a fatores econômicos, o circuito é pautado por ações desiguais.

> Os agentes socioeconômicos exercem suas relações no espaço na medida em que se vinculam ao processo de acumulação do capital de modo desigual. Tal característica se baseia no fato de que o poder econômico das unidades de produção e/ou de distribuição no sistema capitalista não só é desigual mas também suscita relações de predominância e dominação. Desse modo, um mesmo processo produtivo gera diferentes modalidades no processo de acumulação nas correspondentes relações sequenciais entre os distintos elos que unem agentes econômicos uns com outros (ROFMAN, 2016, p. 248).

Assim, no sentido de refletir sobre a posição do Brasil e de outros países periféricos no circuito de arte, é necessário refletir além da precária estrutura oferecida pelas instâncias governamentais, questão cuja discussão é fundamental. Se faz importante considerar a hegemonia protagonizada por alguns países, que dificulta um maior desenvolvimento do circuito de arte em países onde se encontra menos consolidado. A partir do que foi proposto por Rofman (2016), compreendemos a participação brasileira nesse circuito tendo em conta os mecanismos de valorização expostos ao longo deste trabalho, que agem de forma a limitar suas possibilidades de inserção e reconhecimento.

No entanto, é possível reconhecer que a produção artística dos países de menor reconhecimento no circuito não está totalmente subordinada a essa hierarquia. Anjos (2005) contribui para essa discussão ao se referir à produção artística do que reconhece como regiões periféricas, em contraposição àquelas hegemônicas que detêm o poder de difundir valores simbólicos mundialmente. Segundo o autor, essa produção

> Em vez de apenas rejeitar formulações a eles estranhas ou de reproduzir mimeticamente uma linguagem artística supostamente internacional, os criadores daquelas regiões instituem, por meio de obras híbridas que traduzem formações culturais diversas, um espaço agonístico de negociação entre diferenças que não se reconciliam (ANJOS, 2005, p. 51).

É nesse contexto que se inserem as propostas curatoriais de algumas bienais em países que não se enquadram nesse grupo hegemônico, como a Bienal de São Paulo, a Bienal de Havana, a Bienal do Cairo, a Bienal de Istambul, a Bienal de Johanesburgo e a Bienal do Mercosul, no Brasil, que "apontam para a multiplicidades de posições culturais existentes e, sem pretender ocultar disputas, sugerem a possibilidade de convivência" (ANJOS, 2005, p. 47).

Assim, é possível refletir sobre o circuito de arte além dos parâmetros estabelecidos por países e cidades que agem no sentido de exercer relações hegemônicas, reconhecendo a produção artística daqueles que compõe as regiões periféricas sugeridas pelo autor. Essa produção resiste, criando plataformas de embates e contestações, e aponta para a necessidade de um circuito menos restritivo que, não pautado por indicadores econômicos, reconheça os agentes e a arte produzida em países que não respondem às posições dominantes.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A obra de arte consiste em um objeto explorado por diversas áreas, como a história, a sociologia e a economia, que através de diferentes arcabouços teóricos refletem sobre o reconhecimento e valor creditado a esse objeto, questionando discursos muitas vezes associados a conotações subjetivas e apoiados em valores intangíveis. Os diversos estudos analisam esses valores e assim deflagram processos que originam o status da obra de arte. Além daqueles apresentados ao longo deste trabalho, Velthuis (2005) também contribui para essa reflexão ao afirmar que

> valores estéticos, artísticos ou culturais são socialmente construídos: o valor de um objeto de arte não reside no próprio trabalho, mas é, sob condições de incerteza, produzido e constantemente reproduzido por artistas, intermediários e públicos, sujeito a numerosas convenções e códigos culturais dos mundos da arte (VELTHUIS, 2005, p. 160, tradução nossa).[87]

Com a intenção de contribuir para o entendimento desse objeto sugerimos considerar a obra de arte como objeto geográfico, questionando os processos espaciais que constituíram seu reconhecimento e que impactam inclusive seu preço de venda. Tendo em conta que "apenas o valor relativo é valor. E o valor relativo só é identificado no interior de um sistema da realidade, e de um sistema de referências elaborado para entendê-la, isto é, para arrancar os fatos isolados da sua solidão e seu mutismo" (SANTOS, 2012 [1996], p. 46), esses processos podem ser percebidos através do que propusemos como circuito de arte: o encadeamento dos diversos agentes – museus, galerias, casas de leilão, entre outros – que juntos promovem a legitimação e consagração de objetos como obras de arte.

Uma análise atenta do circuito nos faz perceber que o lugar e o território importam para o reconhecimento desse objeto. Museus, galerias, casas de leilão, feiras, grandes exposições entre outros – estabelecidos em lugares específicos – têm papel fundamental na definição e legitimação da arte. Assim, enfatizamos que os valores estéticos, artísticos ou culturais são também espacialmente construídos. Embora ainda não delimitado conceitualmente, o circuito de arte pode ser visualizado através da exposição de seus agentes e de alguns de seus mecanismos de funcionamento.

---

[87] aesthetic, artistic, or cultural values are socially constructed: the value of an art object does not reside in the work itself, but is, under conditions of uncertainty, produced and constantly reproduced by artists, intermediaries, and audiences, subject to numerous conventions and cultural codes of art worlds (VELTHUIS, 2005, p. 160).

Urge, nesse sentido, conceituar de forma mais adequada esse circuito que, apesar de apoiado no conceito de circuito espacial produtivo (SANTOS, 2014 [1988]), envolve uma produção diferente daquela empreendida pelas indústrias ou pela agricultura. A obra de arte se origina de uma produção peculiar, baseada em um processo criativo que dá origem a produtos – também mercantilizados – únicos. Vislumbramos aí uma proposta teórica a ser amadurecida, que consiste no circuito espacial criativo. Este, por sua vez, está baseado na seguinte inquietação: de que forma a produção de objetos culturais como as obras de arte, regidos por uma lógica diferente daquela aplicada às indústrias de mercadorias tradicionais, se desencadeia pelos lugares e obtém legitimação aos seus produtos finais? Essa proposta, portanto, procura reconhecer de que forma a espacialidade se constitui como um dos aspectos que contribuem para o maior ou menor reconhecimento de determinados objetos artísticos.

Só a partir dessa delimitação teórica teremos condições de associar ao circuito de arte os círculos de cooperação possíveis nesse contexto, representados pelas empresas que lidam com transporte e instalação de obras de arte, ou as consultorias artísticas, conforme comentado no item anterior. Essa delimitação, resultado da observação da lógica da produção cultural e reconhecimento da sua espacialidade, torna-se necessária para embasar uma entre as possíveis relações que a geografia estabelece com a cultura.

Nesse circuito, a feira de arte internacional se consolidou como evento predominante. Ao mesmo tempo que seu formato e conteúdo significam possibilidades para os diversos agentes presentes tanto pela comercialização e troca de informações, esse evento se impõe como referência para aqueles envolvidos nas diversas etapas do circuito e seus respectivos países, se almejam maior visibilidade e vendas no setor. Entendemos essa emergência a partir daquilo que Santos (2012 [1996], p. 333) propõe como sincronização despótica, instigada pela competitividade, “máquina de guerra de uma mais-valia universal de impossível medida, e nem por isso menos eficaz”.

Exposta a grande concentração das feiras de arte internacionais em países que representam vetores da hegemonia no mercado global, esses eventos oportunizam uma constante reafirmação dessas posições hierárquicas, já que consolidadas como referência no circuito, funcionam como parâmetros para outras feiras realizadas em outros países e detém grande poder de legitimação dos agentes envolvidos e de suas obras

comercializadas. É nesse sentido que entendemos feiras como a Art Basel, Art Basel Miami Beach e TEFAF, por exemplo.

A análise do circuito de arte no Brasil revela a sua concentração na cidade de São Paulo, e em menor medida no Rio de Janeiro. A SP-Arte, primeira feira de arte internacional realizada no país, responde à maior inserção da capital paulista na economia global. O aumento do número de feiras no país reforça a concentração do circuito nessas duas cidades, e ao mesmo tempo revela uma maior participação brasileira no circuito de arte internacional, pautado em grande medida pelas feiras.

Santos (2012 [1996], p. 333) também enfatiza que, "na escala do globo, o motor implacável de tantas reorganizações, sociais, econômicas, políticas e, também, geográficas, é essa mais valia-global, cujo braço armado é a competitividade, que, neste mundo belicoso, é a mais guerreira das ações". A compreensão do circuito de arte permite-nos perceber a influência que o poder econômico detém naquilo que se legitima como arte, outorgando maior ou menor reconhecimento. Assim, as causas do desempenho do Brasil e de outros países extrapolam as precárias políticas nacionais e recaem sobre um circuito orientado por ações desiguais entre os diferentes agentes econômicos, gerando relações de predominância e dominação.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABACT. *A cadeira produtiva da arte e suas conexões.* Disponível em: https://prezi.com/zxrp78umfkkj/cadeia-das-artes_original-bold/. Acesso em: 19 out. 2018.

AFFORDABLE ART FAIR. Disponível em: https://affordableartfair.com/. Acesso em: 15 out. 2018.

ANJOS, M. *Local/Global: arte em trânsito*. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.

ANTAS JR, Ricardo Mendes. O Lazer Paulistano em Diferentes Fases de Modernização da Cidade. In CAMARGO, Ana Maria de A. (Org.). In: *São Paulo, Metrópole em Mosaico*. São Paulo, 2010.

ARCO MADRID. Disponível em: http://www.ifema.es/arcomadrid01/. Acesso em: 15 out. 2018.

ART & FINANCE REPORT 2017. Disponível em: https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/at/Documents/finance/art-and-finance-report-2017.pdf. Acesso em: 10 jun. 2018.

ART BASEL MIAMI BEACH. Disponível em: https://www.artbasel.com/miami-beach. Acesso em: 15 out. 2018.

ART BASEL. Disponível em: https://www.artbasel.com/. Acesso em: 15 out. 2018.

ART FAIR GUIDE. Disponível em: https://www.artforum .com/guide /calendar=special&filter=8. Acesso em: 13 jul. 2018.

ART FORUM. Art fair calendar. Disponível em: https://www .artforum .com /guide/calendar=special&filter=8. Acesso em: 13 jul. 2018.

ARTBINDER. Art fair calendar. Disponível em: https://artbinder.com/calendar. Acesso em: 13 jul. 2018.

ARTBINDER. Sobre a plataforma ArtBinder. In: https://www.nytimes.com/2014/05/08/fashion/meet-alexandra-chemla-of-artbinder.html. Acesso em: 19 out. 2018.

ARTNEWS. The top 200 collectors. Disponível em: http://www.artnews.com/top-200-collectors/. Acesso em: 19 mai. 2018.

ARTNEWS. Which International Art Fairs Have the Highest Attendance? Disponível em: http://www.artnews.com/2015/02/28/which-international-art-fairs-have-the-largest-attendance/. Acesso em: 19 out. 2018.

ARTPRICE REPORT. The Art Market in 2017. Disponível em: https://www.artprice.com/artprice-reports/the-contemporary-art-market-report-2017. Acesso em: 19 mai. 2018.

ARTPRICE REPORT. The Art Market in 2018. Disponível em: https://www.artprice.com/artprice-reports/the-contemporary-art-market-report-2018. Acesso em: 19 mai. 2018.

BARBOSA, N. C. S. Arte contemporânea e globalização: entre práticas, imagens e diferenças. In: *Anais da XI Semana De Ciências Sociais da UFSCar - Marginalidades*, v. 1. p. 71-85. São Carlos, 2013.

BATHELT, H.; SCHULDT, N. Temporary face-to-face contact and the ecologies of global and virtual buzz. In: *SPACES*, v. 6, n. 4, 2008.

BENHAMOU, F. *A economia da cultura*. São Paulo: Ateliê Editorial, 2007.

BERTOLOSSI, Leonardo Carvalho. *Arte enquadrada e gambiarra: identidade, circuito e mercado de arte no Brasil (anos 80 e 90).* Tese de Doutorado, Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social, FFLCH, Universidade de São Paulo. São Paulo, 2015.

BIENNIAL FOUNDATION. Calendário de bienais e exposições. Disponível em: http://www.biennialfoundation.org/. Acesso em: 10 jun. 2018.

BOTELHO, Isaura. *Dimensões da cultura*. São Paulo: Edições Sesc, 2016.

BOURDIEU, Pierre. *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 2003.

_____. *As regras da arte: gênese e estrutura do campo literário*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

_____. *Distinction: a social critique os the judgment of taste*. Harvard University Press, 1984.

BRASIL, Ubiratam. Com mais de mil itens, coleção de arte contemporânea do Santander está aberta para visitação. O Estado de São Paulo, São Paulo, 05 de junho de 2017. Disponível em: https://cultura.estadao.com.br/noticias/artes,com-mais-de-mil-itens-colecao-de-arte-contemporanea-do-santander-esta-aberta-para-visitacao,70001826133. Acesso em: 19 mai. 2018.

BRAUDEL, Fernand. *Civilização material, economia e capitalismo: séculos XV – XVIII*. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

BUENO, Maria Lucia. *Artes plásticas no século XX: modernidade, desterritorialização e globalizaçã*o. Tese de Doutorado. Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, UNICAMP. Campinas, 1995.

_____. O mercado de galerias e o comércio de arte moderna. São Paulo e Rio de Janeiro nos anos 1950-1960. In: *Revista Sociedade e Estado*, Brasília, v. 20, n. 2, p. 377- 402, mai/ago 2005.

CAIXA CULTURAL. A Caixa e a Cultura. Disponível em: http://www. Caixa.gov.br/cultura/Paginas/default.aspx. Acesso em: 19 jun. 2018.

CAMPOLI, Clara. Nova diretriz de aeroportos inviabiliza exposições no Brasil, diz MinC. Metrópolis, São Paulo, 29 de abril de 2018. Disponível em:

https://www.metropoles.com/entretenimento/politica-cultural/nova-diretriz-deaeroportos -inviabiliza-exposicoes-no-brasil-diz-minc. Acesso em: 02 set. 2018.

CAPITAL. Kunstkompass 2017. Disponível em https://www.capital.de/leben/kunstkompass-frauen-erobern-2017-den-kunstbetrieb. Acesso em: 19 mai. 2018.

CASTILLO, Ricardo, FREDERICO, Samuel. Espaço geográfico, produção e movimento: uma reflexão sobre o conceito de circuito espacial produtivo. Em PEREIRA, M. F. V. (org.). *Território: ensaios teóricos e temas contemporâneos*. Uberlândia: UFU, 2010.

CAUQUELIN, Anne. *Arte Contemporânea: uma introdução*. São Paulo: Martins, 2005.

CHIARELLI, Tadeu D. *Arte Internacional Brasileira*. São Paulo: Lemos Editorial, 1999.

CHIN-TAO, Hu. Bienais sem fronteiras? In: *Novos estudos*, v. 94, p. 109-116, nov. 2012.

_____. *Privatização da cultura: a intervenção corporativa nas artes desde os anos 1980*. São Paulo: Boitempo, 2006.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA. Prêmio Marcantonio Vilaça. Disponível em: http://www.portaldaindustria.com.br/sesi/canais/premio-marcantonio-vilaca-home/arte-e-industria/. Acesso em: 19 mai. 2018.

CORDEIRO, 1980. *O centro metropolitano da metrópole paulista: expansão recente*. Instituto de Geografia. Universidade de São Paulo. São Paulo, 1980.

CURIONI, Stefano Baia. A fairy tale: the art system globalization, and the fair movement. In: LIND, M; VELTHUIS, O. (Eds). *Contemporary art and its commercial markets: a reporto on current conditions and future scenarios*. Berlim: Sternberg Press, 2012.

DAVIDSON, Jane Chin. *The global art fair and the dialectical image*. In: Third Text, v. 24, n. 6, p. 719-734, nov. 2010.

SÃO PAULO. Diário Oficial da cidade de São Paulo, 12 de fevereiro de 2014. Disponível em:http://www.docidadesp.imprensaoficial.com.br/RenderizadorPDF.aspx?ClipID=70HNMPTO202D5eBM6DBCPCT0D02. Acesso em: 19 out. 2018.

DIAS, Leila Christina. Redes: emergência e organização. In: CASTRO, Iná Elias de; GOMES, Paulo Cesar da Costa; CORRÊA, Roberto Lobato. (Orgs.). *Geografia: conceitos e temas*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2008. pp.141-162.

DIMAGGIO, Paul; POWELL, Walter W. The iron cage revisited: institucional isomorfismo and collective rationality in organizational fields. In: *American Sociological review*, v. 48, n. 2, p. 147-160, abr. 1983.

DURAND, José Carlos. Mercado de Arte e Campo Artístico em São Paulo, 1947 – 1980. In: *Revista Brasileira de Ciências Sociais*. São Paulo, v. 13, n. 13, 1990, p. 101-111. Disponível em:http://www.anpocs.org.br/portal/publicacoes/rbcs_00_13/rbcs1306.htm.

_____. *Política cultural e economia da cultura*. São Paulo: Ateliê Sesc, 2013.

FEIRA INTERNACIONAL DE ARTE DE BOGOTÁ. Disponível em: https://www.artbo.co/. Acesso em: 25 set. 2018.

FEIRA INTERNACIONAL DE ARTE DE BUENOS AIRES. Disponível em: http://www.arteba.org/. Acesso em: 25 set. 2018.

FEIRA INTERNACIONAL DE ARTE DO RIO DE JANEIRO. Disponível em: http://artrio.art.br/. Acesso em: 25 set. 2018.

FETTER, Bruna. Arte contemporânea, vale o que custa? In: Anais ANPAP: *Ecossistemas estéticos*, p. 265–278. Belém, out. 2013.

FIALHO, Ana Letícia. Arte, um negócio sustentável. In: *Seletc*, São Paulo, 2 de outubro de 2012. Disponível em: https://www.select.art.br/arte-um-negocio-sustentavel/. Acesso em: 19 out. 2018.

_____. Mercado de Arte: global e desigual. In: *Revista Trópico*, 2005. Disponível em: http://p.php.uol.com.br/tropico/html/textos/2551,1.shl. Acesso em: 19 out. 2018.

_____. *O Mercado da Arte Brasileira no Exterior*. Disponível em: http://docslide.com.br/documents/tropico-o-mercado-da-arte-brasileira-no-exterior-ana-leticia-fialho.html. Acesso em: 19 out. 2018.

_____. O mercado, os artistas, os colecionadores e as instituições. In: *Ouvirouver*, v. 13, n. 2, p. 378-390. Uberlândia, dez. 2017.

FIORAVANTE, Celso. O marchand, o artista e o mercado. In: *Fórum Permanente*. Disponível em: http://www.forumpermanente.org/event_pres/exposicoes/arte-contemporaneo-arco/artigos-relacionados/o-marchand-o-artista-e-o-mercado. Acesso em: 19 out. 2018.

FLAMINGO, Julia. Em movimento inédito, galerias paulistanas abrem filiais no exterior. Veja, São Paulo, 2 de julho de 2016. Disponível em: https://vejasp.abril.com.br/cultura-lazer/galerias-de-arte-paulistanas-exterior/. Acesso em: 01 out. 2018.

FORTE, Graziela Naclério. Entre os salões e a institucionalização da arte. In: *Revista de história*, n. 162, p. 271-294, 2010.

FRIEZE ART FAIR. Disponível em: https://frieze.com/. Acesso em: 19 out. 2018.

FUNDAÇÃO MARCOS AMARO. Prêmio de Arte Marcos Amaro. Disponível em: https://fmarte.org/2018/04/03/premio-de-arte-marcos-amaro/. Acesso em: 19 mai. 2018.

GANS, Herbert J. *Cultura popular e alta cultura: uma análise e avaliação do gosto*. São Paulo: Edições Sesc, 2014.

GIANNINI. Alessandro. Escultura de Tomie Ohtake é instalada na avenida Paulista. O Globo, São Paulo, 14 de dezembro de 2015. Disponível em: https://oglobo.globo.com/cultura/artes-visuais/escultura-de-tomie-ohtake-instalada-na-avenida-paulista-18291578#ixzz5EugN1wPW. Acesso em: 19 mai. 2018.

HARVEY, D. *A condição pós-moderna*. São Paulo: Edições Loyola, 2014.

HOCHLEITNER, Katya de Castro. *SP-Arte: histórico e impacto percebido no mercado brasileiro de arte.* Dissertação de mestrado, Programa de Pós-Graduação Interunidades em Estética e História da Arte, USP. São Paulo, 2015.

INSTITUTO TOMIE OHTAKE. Avenida Paulista. Disponível em: https://www.institutotomieohtake.org.br/tomie_ohtake/interna/av-paulista. Acesso em: 19 mai. 2018.

INTERNATIONAL FAIR REPORT 2016. Disponível em: https://www.momart.com/news/2016/06/international-fair-report-2016. Acesso em: 19 out. 2018.

ISTO É DINHEIRO. Acervos corporativos. São Paulo, 01 de dezembro de 2016. Disponível em: https://www.istoedinheiro.com.br/noticias/estilo/20091014/acervos-corporativos/11829. Acesso em: 19 mai. 2018.

ITAÚ. Acervo itinerante e espaço permanente. Disponível em: http ://www .itau cultural .org.br/institucional/perfildoinvestimento/colecaoitau.html. Acesso em: 19 mai. 2018.

JANSSON, Johan. *Temporary events and spaces in the Swedish primary art Market. In: Zeitschrift für Wirtschaftsgeographie*, v. 58, n. 4, p. 202-215. Berlim, out. 2015.

LADEIRA, Suzi Nádia Nascimento. *Cluster temporário versus cluster permanente: uma aplicação ao quarteirão das artes da Rua Miguel Bombarda*. Dissertação de Mestrado, Faculdade de Economia da Universidade do Porto. Porto, 2012.

LAMPEL, Joseph; MEYER, Alan D. Field-Configuring Events as structuring mechanisms: how conferences, ceremonies, and trade shows constitute new technologies, industries and markets. In: *Journal of Management Studies*, v. 45, n. 6, p. 1025-1035, 2008.

LATITUDE. Pesquisa Setorial: o mercado de arte contemporânea no Brasil. 4. ed., 2015. Disponível em: http://latitudebrasil.org/media/uploads/arquivos/arquivo/4-pesquisa-seto_2.pdf. Acesso em: 15 set. 2018.

_____. Pesquisa Setorial; o mercado de arte contemporânea no Brasil. 5. ed., 2016. Disponível em: http://latitudebrasil.org/media/uploads/arquivos/arquivo/2016-pesquisa-s.pdf. Acesso em: 15 set. 2018.

LIMA, Juliana; ORENSTEIN, José. Como (e quanto) o mercado de arte é afetado pela crise. Nexo, São Paulo, 2017. Disponível em: https://www.nexojornal.com.br/expresso/2017/04/07/Como-e-quanto-o-mercado-de-arte-%C3%A9-afetado-pela-crise. Acesso em: 15 set. 2018.

MALKELL, Peter; BATHELT, Harald; MALMBERG, Anders. Building global knowledge pipelines: the role of temporary clusters. In: *European Planning Studies*, v. 14, n. 8, p. 997-1013, 2006.

MAPA DAS ARTES. Disponível em: http://www.mapadasartes.com.br/. Acesso em: 15 set. 2018.

MAPFRE. Exposição “Tesouros da coleção Fundación MAPFRE - Obras sobre papel” chega ao Museu Lasar Segall. Disponível em: https://www.mapfre.com.br/seguro-br/quem-somos/noticias/noticias/junho/exposicao-tesouros-da-colecao-fundacion-obras-de-papel-chega-ao-museu-lasar-segall.jsp. Acesso em: 19 mai. 2018.

MARTÍ, Silas. Em ano de crise, feira SP-Arte tem quase R$ 6 milhões via Lei Rouanet. Folha de São Paulo, São Paulo, 8 de abril 2015. Disponível em: http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2015/04/1613686-em-ano-de-crise-feira-sp-arte-tem-quase-r-6-milhoes-via-lei-rouanet.shtml. Acesso em: 15 set. 2018.

_____. Pobre Menina rica. Folha de São Paulo, São Paulo, 8 de abril de 2015. Disponível em: https://www1.folha.uol.com.br/paywall/login.shtml?https ://www1 .folha .uol.com.br/fsp/ilustrada/215016-pobre-menina-rica.shtml. Acesso em: 15 set. 2018.

_____. SP Arte negociou ao menos 49 milhões calcula secretaria da fazenda. Folha de São Paulo, São Paulo, 28 de junho de 2012. Disponível em: https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2012/06/1111442-sp-arte-negociou-ao-menos-r-49-mi-calcula-secretaria-da-fazenda.shtml. Acesso em: 15 set. 2018.

MASKELL, Peter. Accessing remote knowledge: the roles os trade fairs, pipelines, crowdsourcing and listening posts. In: *Journal of economic geography*, v. 14, n. 5, p. 883-902, 2014.

MENON, Isabella. Após anos de recessão, vendas na feira SP-Arte crescem 24% em 2018. Folha de São Paulo, São Paulo, 24 de abril de 2018. Disponível em: https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2018/04/apos-anos-de-recessao-vendas-na-feira-sp-arte-crescem-24-em-2018.shtml. Acesso em: 15 set. 2018.

_____. Após tempos de crise, SP-Arte deve ser termômetro para 2018. Folha de São Paulo, São Paulo, 11 de abril de 2018. Disponível em: https://www1.folha .uol.com.br/ilustrada/2018/04/apos-tempos-de-crise-sp-arte-deve-se r -termometro-para-2018.shtml. Acesso em: 15 set. 2018.

MEYER, Alan D; GABA, Vibha; COLWELL Kenneth A. Organizing far from equilibrium: Nonlinear change in organizational fields. In: *Organization Science*, v. 16, n. 5, p. 456-473, set/out. 2005.

MINISTÉRIO DA CULTURA. Instrução Normativa nº 1, de 20 de março de 2017. Disponível em: http://www. cultura.gov.br/noticias-destaques/-/asset_publisher/OiKX3xlR9iTn/content/instrucao normativa-rouanet-2017/10883. Acesso em: 19 out. 2018.

_____. Lei Rouanet em números. Disponível em: http://www.cultura.gov.br/documents/10883/1404262/Microsoft+Word+-+Lei+Rouanet+em+numeros+_2_.pdf/e3cbaa7e-25e7-4a60-b90a-6dda398b2e59. Acesso em: 19 out. 2018.

_____. Portaria nº 116, de 29 de novembro de 2011. Disponível em: http://www .cultura.gov.br/documents/10895/939065/Portaria+n%C2%BA%20116.pdf/de16dd3e-113f-461d-b0b5-56598889a562. Acesso em: 19 out. 2018.

MOERAN, Brian; PEDERSEN, Jesper Strandgaard. Fairs and Festivals: Negotiating Values in the Creative Industries. In: *Creative Encounters Working Paper*, n. 33, nov. 2009.

MOLES, Abraham A. *Sociodinâmica da cultura*. São Paulo: Perspectiva, 1975.

MOLOTCH, Harvey; TRESKON, Mark. Changing Art: SoHo, Chelsea and the dynamic geography of galleries in New York City. In*: International Journal of Urban and Regional Research*, v. 33, n. 2, p. 517-541, jun. 2009.

MORAES, Antônio Carlos Robert. *Os Circuitos espaciais de produção e os círculos de cooperação no espaço*. Departamento de Geografia FFLCH/USP (mimeo), 1985.

MOREIRA, João Carlos. *Espaço e cultura: São Paulo e a "Semana de 22".* Dissertação de mestrado, FFLCH/USP, Departamento de Geografia. São Paulo, 1997.

MORGNER, Christian. Diversity and (In)equality in the global art world: global development and structure of Field-Configuring Events. In: *New global studies*, v. 11, n. 3, 2017.

_____. Evolution of the Art Fair. In: *Historical Social Research*, v. 39, n. 3, p. 318-336, jul. 2014.

_____. The art fair as network. In: *The jornal of arts management, law, and Society*, v. 44, n. 1, p. 33-46, 2014.

MOULIN, Raymonde. *L'artiste, l'institution et le marché*. Paris: Flammarion, 1992.

MÙNERA, Ana Iragorri. WYDR, o Tinder da arte. El Pais, Madri, 6 de agosto de 2016. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2016/07/29/cultura/1469800727 _552803 .html. Acesso em: 19 out. 2018.

NASCIMENTO, Ana Paula. São Paulo: meio artístico e as exposições (1895 – 1929). In: VALLE, A. DAZZI, C. (Orgs.) *Oitocentos - Arte Brasileira do Império à República* (II). Rio de Janeiro: EDUR-UFRJ, 2010.

OLIVEIRA, Rita Alves. Bienal de São Paulo: impacto na cultura brasileira. In: *São Paulo em perspectiva*, v. 15, n. 3, 2001.

ONLINE ART TRADE REPORT [2017]. Disponível: https://www.hiscox. co.uk/ sites /uk/files/documents/2017-05/hiscox-online-art-trade-report-2017.pdf. Acesso em: 19 mai. 2018.

PINHO, Diva Benevides. *A arte como Investimento: a dimensão econômica da pintura*. São Paulo: Edusp, 1989

PIPA GLOBAL INVESTMENTS. Prêmio PIPA. Disponível em: http://www .pipaglobalinvestments.com.br/premio-pipa/. Acesso em: 19 mai. 2018.

PLATAFORMA COMEX STAT. Disponível em: http://comexstat.mdic.gov.br/pt/home. Acesso em: 25 set. 2018.

POLI, Francesco. *Producción artística y mercado*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 1976.

PORTAL DA LEI ROUANET. Disponível em: http://rouanet.cultura.gov.br/incentivofiscal/. Acesso em: 19 out. 2018.

_____. Perguntas e respostas. Disponível em: http://rouanet.cultura.gov.br/perguntas_frequentes_28_12/. Acesso em: 19 out. 2018.

POWELL, Walter W.; WHITE, Douglas R.; KOPUT, Kenneth W.; OWEN-SMITH, Jason. Network dynamics and field Evolution: the growth of interorganization collaboration in the life sciences. In: *American jornal of sociology*, v. 110, n. 4, p. 1132-1205, jan. 2005.

POWER, Dominic; JANSSON, Johan. Cyclical clusters in global circuits: overlapping spaces in forniture trade fairs. In: *Economic geography*, v. 84, n. 4, p. 423-448. Worcester, mar. 2008.

POWER, Dominic; LANGE, Bastian; SUWALA, Lech. Geographies of Field-Configuring Events. In: *Zeitschrift für Wirtschaftsgeographie*, v. 58, n. 4, 187-201, dez. 2014.

PRESSE, France. As 10 obras de arte mais caras da história após recorde de Leonardo da Vinci. Globo/AFP, São Paulo, 16 de novembro de 2017. Disponível em: https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/as-10-obras-de-arte-mais-caras-da-historia-apos-recorde-de-leonardo-da-vinci.ghtml. Acesso em: 19 out. 2018.

QUEMIN, Alain. A ilusória abolição das fronteiras no mundo da arte contemporânea internacional. In: *IARA*, v. 1, n. 2, ago/dez. São Paulo, 2008.

_____. Estrelas da arte contemporânea: uma análise sociológica da fama e consagração. In: *Revista de Estudos Brasileiros*, n. 66, p. 18-51, abr/2007.

_____. Globalization and mixing in the visual arts: an empirical survey of "high culture" and globalization. In: *International Sociology*, v. 21, n, 4, 2006.

_____. The superstars of contemporary art: a sociological analysis of famo and consecration in the visual arts through indigenous rankings of "Top artists in the world". In: *Revista do Instituto de Estudos Brasileiros*, n. 66, p. 18-51. Abr, 2017.

QUEMIN, Alain; FIALHO, Ana Letícia; MORAES, Angélica. *O valor da obra de arte. São Paulo*: Metalivros, 2014.

REVIRIEGO, Carmen. *El Laberinto del Arte*. Barcelona: Espasa Libros, 2014.

RIBEIRO, Cecília. SP-Arte aumenta seus domínios com número recorde de galerias. Arte Brasileiros, São Paulo, 18 de maio de 2011. Disponível em: http://brasileiros.com.br/2011/05/sp-arte/. Acesso em: 05 set. 2016.

ROFMAN, Alejandro. Notas sobre subsistemas espaciais e circuitos de acumulação regional. In: *Boletim Campineiro de Geografia*, v. 6, n. 1, 2016.

ROLNIK, Raquel. *São Paulo*. São Paulo: Publifolha, 2001.

ROSSI, Mirian Silva. A gênese do campo artístico paulistano: entre a vanguarda e tradição. In: *Saeculum*, n. 28, jan/jun. João Pessoa, 2013.

_____. Circulação e mediação da obra de arte na Belle Époque paulistana. In: *Anais do Museu Paulista*, v.6/7, p. 83-119. São Paulo, 2003.

_____. *Organização do campo artístico paulistano 1890-1920*. Dissertação de mestrado. São Paulo, FFLCH/USP, 2001.

SALIC. Projeto para captação de recursos SP-Arte 2015. Disponível em: http://versalic.cultura.gov.br/#/projetos/149688. Acesso em: 05 out. 2018.

SALIC. Projeto para captação de recursos SP-Arte 2016. Disponível em: http://versalic.cultura.gov.br/#/projetos/153989. Acesso em: 05 out. 2018.

SALIC. Projeto para captação de recursos SP-Arte 2017. Disponível em: http://versalic.cultura.gov.br/#/projetos/163956. Acesso em: 05 out. 2018.

SALIC. Projeto para captação de recursos SP-Arte 2018. Disponível em: http://versalic.cultura.gov.br/#/projetos/179464. Acesso em: 05 out. 2018.

SANTANDER. Coleção Santander Brasil. Disponível em: https://www.santander .com .br/institucional-santander/cultura/colecao. Acesso em: 05 out. 2018.

SANTOS, Milton [1981]. *Manual de geografia urbana*. São Paulo: Edusp, 2012.

_____ [1985]. *Espaço e método*. São Paulo: Edusp, 2012.

_____ [1987]. *O espaço do cidadão*. São Paulo: Edusp, 2014.

_____ [1988] *Metamorfoses do espaço habitado*. São Paulo: Edusp, 2014.

_____ [1990]. *Metrópole corporativa e fragmentada*. São Paulo: Edusp, 2009.

_____ [1994]. *Por uma economia política da cidade*. São Paulo: Edusp, 2012.

_____ [1994]. *Técnica, espaço, tempo: globalização e meio técnicocientífico-informacional*. São Paulo: Edusp, 2008.

_____ [1996]. *A natureza do espaço*. São Paulo: Edusp, 2014.

_____ [2000]. *Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal*. São Paulo: Record, 2015.

SANTOS, Milton; SILVEIRA, María Laura [2001]. *O Brasil: território e sociedade no início do século XXI*. São Paulo: Record, 2006.

SASSEN, Saskia. *As cidades na economia mundial*. São Paulo: Studio Nobel, 1998.

SÃO PAULO. Decreto nº 63.121, São Paulo, 27 de dezembro de 2017. Disponível em: https://www.al.sp.gov.br/repositorio/legislacao/decreto/2017/decreto-6312127.12.2017.html. Acesso em: 19 out. 2018.

SEMANA DE ARTE. Disponível em: http://semana.art/site/index.html#/. Acesso em: 25 set. 2018.

SHAW, Anny; HANSON, Sarah P. Did the art market grow or shrink in 2016? Depends who you ask. The Art Newspaper, Londres/Nova York, 30 de abril de 2017. Disponível em https://www.theartnewspaper.com/news/did-the-art-market-grow-or-shrink-in-2016-depends-who-you-ask. Acesso em: 19 out. 2018.

SILVA, A. B. *A contemporaneidade de São Paulo: produção de informações e novo uso do território brasileiro*. Tese de Doutorado, FFLCH, Universidade de São Paulo. São Paulo, 2001.

SILVEIRA, María Laura. Uma situação geográfica: do método à metodologia. In: *Território*, ano IV, n. 6, jan/jun. São Paulo, 1999.

SOUZA, Maria Adélia A. *A identidade da metrópole: a verticalização em São Paulo*. São Paulo: Hucitec, 1994.

SP-ARTE. Catálogo SP-Arte [2013]. Disponível em: http://www.sp-arte.com /afeira /catalogos/2013/. Acesso em: 05 out. 2018.

_____ [2014]. Disponível em: http://www.sp-arte.com /afeira /catalogos/2014/. Acesso em: 05 out. 2018.

_____ [2015]. Disponível em: http://www.sp-arte.com/afeira/ catalogos/2015/. Acesso em: 05 out. 2018.

_____ [2016]. Disponível em: http://www.sp-arte.com/afeira/ catalogos/2016/. Acesso em: 05 out. 2018.

_____ [2017]. Disponível em: https://www.sp-arte.com/a-feira /historico/2017/publicacao/. Acesso em: 05 out. 2018.

_____ [2018]. Disponível em: https://www.sp-arte.com/a-feira /historico/2018/publicacao/. Acesso em: 05 out. 2018.

SPRICIGO, Vinicius Pontes. *Relato de outra modernidade: contribuições para uma reflexão crítica sobre a mediação da arte no contexto da globalização cultural*. Tese de Doutorado, Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação, ECA USP. São Paulo, 2009.

STOCCO, Daniela Ferreira. *O mercado primário de arte contemporânea no Rio de Janeiro e em São Paulo*. Tese de doutorado, Programa de Pós-Graduação em Sociologia, UFRJ. Rio de Janeiro, 2016.

_____. SP Arte e ArtRio: duas feiras de arte no Brasil, dois perfis. In: ASRI: *Revista investigación arte y sociedad*, n. 0, set. 2011.

STORPER, M.; VENABLES, A. J. Buzz: Face-to-face contact and the urban economy. In: *Journal of Economic Geography*, n. 4, p. 351-70, 2003.

SUWALA, Lech. The Geography of Creativity. In: *Regional Studies*, v. 46, n. 8, p. 1103-1105, 2012.

TANG, Jeannine. Biennalization and its discontents. In: MOERAN, Brian; PEDERSEN, Jesper S. (Orgs) *Negotianting values in the criative industries*. Cambridge, 2011.

TEFAF REPORT [2018]. Disponível em: https://amr.tefaf.com/assets/uploads/TEFAF-Art_Market_Report.pdf. Acesso em: 19 mai. 2018.

THE EUROPEAN ART FAIR. Disponível em: https://www.tefaf.com/home. Acesso em: o5 out. 2018.

THOMPSON, Don. Art fairs: the market as medium. In: MOERAN, Brian; PEDERSEN, Jesper S. (Orgs) *Negotianting values in the criative industries*. Cambridge, 2011.

THORNTON, Sarah. *Sete dias no mundo da arte: bastidores, tramas e intrigas de um mercado milionário*. Rio de Janeiro: Agir, 2010.

TOLEDO, Carolina Rosseti. A doação de Nelson Rockefeller de 1946 no acervo do Museu de Arte Contemporânea da USP. In: *Revista de história da arte e arqueologia*, n. 23, jan/jun 2015.

TORCELLO, Adriano Picinati. Art as na investment: why should art be considered as na asset class? Deloitte Luxemburgo. Disponível em: https://www2.deloitte.com/lu/en/pages/art-finance/articles/art-as-investment.html Acesso em: 19 out. 2018.

UBS Report 2018. Disponível: https://d2u3kfwd92fzu7.cloudfront.net/Art%20Basel%20and%20UBS_The%20Art%20Market_2018_2.pdf. Acesso em: 19 mai. 2018.

UNCTAD. Creative economy: Report 2008. ONU, 2008. Disponível em: https://unctad.org/en/Docs/ditc20082cer_en.pdf. Acesso em: 01 out. 2018.

VEJA. SP-Arte registra R$ 180 milhões em vendas. São Paulo, 15 de abril de 2016. Disponível em: https://veja.abril.com.br/entretenimento/sp-arte-registra-r-180-milhoes-em-vendas/. Acesso em: 19 out. 2018.

VELTHUIS, O. *Talking Prices: Symbolic Meanings of Prices on the Market for Contemporary* Art. Princeton University Press, 2005.

VOLKERLING, M. Descontructing of de difference-engine: a theory of cultural policy. In: *Cultural Policy*, vol. 2, n. 2. P. 189 – 2012, 1996.

VOX Centre de l'image contemporaine. Exposição "Tractatus Logico-Catalogicus", em Montreal, de 06.11.2008 a 13.12.2008. Disponível em http://www.centrevox.ca/en/exposition/tractatus-logico-catalogicus/. Acesso em: 19 mai. 2018.

WEALTH-X BILLIONAIRE CENSUS REPORT [2018]. Disponível em: https://www.wealthx.com/report/the-wealth-x-billionaire-census-2018/. Acesso em: 11 jun. 2018.

YOGEV, Tamar; GRUND, Thomas. Network Dynamics and Market structure: the case of art fairs. In: *Sociological focus*, v. 45, p. 23-40, 2012.

YÚDICE, George. *A conveniência da cultura: usos da cultura na era global. Belo Horizonte*: Editora UFMG, 2006.

ANEXO 1 – Lista Top 40: sites mais utilizados para compras de arte na internet

Posição	Empresa	País de origem
1	Christie's	Reino Unido
2	Artsy	Estados Unidos
3	Artnet	Estados Unidos
4	Sotheby's BIDnow	Reino Unido
5	Paddle8	Estados Unidos
6	Saatchi Art	Estados Unidos
7	1stdibs	Estados Unidos
8	Artspace	Estados Unidos
9	Auctionata	Alemanha
10	Ebay Art	Estados Unidos
11	The-Saleroom	Reino Unido
12	Heritage Auctions	Estados Unidos
13	Invaluable	Estados Unidos
14	Artfinder	Reino Unido
15	Saffronart	Índia
16	Amazon (Art)	Estados Unidos
17	ArtGallery.co.uk	Reino Unido
18	Barneby's	Suécia
19	ArtSlant	Estados Unidos
20	Bukowskis Market	Suécia
21	Expertissim	França
22	Drouot Live	França
23	Artsper	França
24	Lofty	Estados Unidos
25	The Auction Room	Reino Unido
26	Weng Contemporary	Suíça
27	Ocula	Hong Kong
28	Lauritz.com	Dinamarca
29	New Blood Art	Reino Unido
30	Artuner	Reino Unido
31	Artplode	Reino Unido
32	Rise Art	Reino Unido
33	Auctionet	Suécia
34	Artviatic	Mônaco
35	Bidsquare	Estados Unidos
36	CultureLabel	Reino Unido
37	DegreeArt	Reino Unido
38	LavaCow	Romênia
39	MasterArt	Reino Unido
40	Astaguru	Índia

Fonte: Online Art Trade Report (2017).

APÊNDICE 1 – Feiras de arte internacionais no mundo

Feira	Mês	Cidade	País	Tipo
Loop Barcelona	Junho	Barcelona	Espanha	Video Art
Brussels Noneuropean Art Fair Summer	Junho	Bruxelas	Bélgica	Arte não-europeia
Vilnius Art Fair	Junho	Vilnius	Lituânia	Arte Contemporânea
Antiques & Fine Art Fair at Harewood H.	Junho	Near Leeds	Reino Unido	Arte e Antiguidades
Volta 12	Junho	Basel	Suíça	Arte Contemporânea
The Solo Project	Junho	Basel	Suíça	Arte Contemporânea
Liste: The Young Art Fair	Junho	Basel	Suíça	Arte Contemporânea
Scope Basel	Junho	Basel	Suíça	Arte Contemporânea
Photo Basel	Junho	Basel	Suíça	Fotografia
Selection Art Fair	Junho	Basel	Suíça	Arte Contemporânea
Art Basel	Junho	Basel	Suíça	Arte Moderna e Contemporânea
Affordable Art Fair	Junho	Londres	Reino Unido	Arte Contemporânea
Rhy Art Fair	Junho	Basel	Suíça	Arte Contemporânea
Art Hamptons	Junho	Nova York	EUA	Arte Moderna e Contemporânea
Art Antiques London	Junho	Londres	Reino Unido	Arte e Antiguidades
Art E Antiques Fair	Junho	Londres	Reino Unido	Arte e Antiguidades
Kunstrai	Junho	Amsterdã	Holanda	Arte Contemporânea
Masterpiece London	Junho	Londres	Reino Unido	Arte e Antiguidades
Master Paintings Week London	Julho	Londres	Reino Unido	Old Masters
Master Drawings/Sculpture Week London	Julho	Londres	Reino Unido	Old Masters Drawings
London Art Week	Julho	Londres	Reino Unido	Belas-Artes
Art Santa Fe	Julho	Santa Fé	EUA	Arte Contemporânea
Marke Art + Design	Julho	Nova York	EUA	Arte Contemporânea e Design
Art Bodense	Julho	Dornbirn	Áustria	Arte Contemporânea
London Art Week	Julho	Londres	Reino Unido	Old Masters
Contemporary Art Ruhr	Junho	Essen	Alemanha	Arte Contemporânea
Art Marbella	Julho	Marbella	Espanha	Arte Contemporânea
Parallax Art Fair	Julho	Londres	Reino Unido	Arte Contemporânea
Cairns Indigenous Art Fair	Julho	Cairns	Austrália	Arte Etnográfica e Tribal
Turbine Art Fair	Julho	Joanesburgo	África do Sul	Arte Contemporânea
Art Osaka	Julho	Osaka	Japão	Arte Contemporânea
Seattle Art Fair	Agosto	Seattle	EUA	Arte Contemporânea
American Craft Show, San Francisco	Agosto	São Francisco	EUA	Arte Contemporânea
Lima Photo	Agosto	Lima	Peru	Fotografia
SP-Arte/Foto	Agosto	São Paulo	Brasil	Fotografia
Asia Hotel Art Fair	Agosto	Seul	Coreia do Sul	Arte Contemporânea
Bazaar Art Jakarta	Agosto	Jacarta	Indonésia	Arte Contemporânea
Code Art Fair	Agosto	Copenhagen	Dinamarca	Arte Contemporânea
Spring 1883	Agosto	Melbourne	Austrália	Arte Contemporânea
Marseille International Fair	Agosto	Marseille	França	Arte Contemporânea
Art Copenhagen	Agosto	Copenhagen	Dinamarca	Arte Moderna e Contemporânea
Semana De Arte	Agosto	São Paulo	Brasil	Arte Contemporânea
Chart Art Fair	Agosto	Copenhagen	Dinamarca	Arte Contemporânea
Parcours Des Mondes	Setembro	Paris	França	Arte Etnográfica e Tribal

Feira	Mês	Cidade	País	Tipo
Affordable Art Fair	Setembro	Bristol	Reino Unido	Arte Contemporânea
Photo Shangai	Setembro	Shangai	China	Fotografia
Fnb Joburg Art Fair	Setembro	Joanesburgo	África do Sul	Arte Contemporânea
Affordable Art Fair, Seoul	Setembro	Seul	Coreia do Sul	Arte Contemporânea
Biennale Des Antiquaires	Setembro	Paris	França	Arte e Antiguidades
The London Photograph Fair	Setembro	Londres	Reino Unido	Fotografia
Lapada Art E Antiques Fair	Setembro	Londres	Reino Unido	Arte e Antiguidades
Art Berlin Contemporary	Setembro	Berlim	Alemanha	Arte Contemporânea
Start Art Fair	Setembro	Londres	Reino Unido	Arte Contemporânea
Beirut Art Fair	Setembro	Beirute	Líbano	Arte Contemporânea
Buy Art Fair	Setembro	Manchester	Reino Unido	Arte Contemporânea
Expo Chicago	Setembro	Chicago	EUA	Arte Moderna e Contemporânea
Unseen Photography Fair	Setembro	Amsterdã	Holanda	Fotografia
The Decorative Antiques/Textiles	Setembro	Londres	Reino Unido	Antiguidades e Arte decorativa
Affordable Art Fair	Setembro	Nova York	EUA	Arte Moderna e Contemporânea
Artrio	Setembro	Rio de Janeiro	Brasil	Arte Moderna e Contemporânea
Swab Barcelona	Setembro	Barcelona	Espanha	Arte Contemporânea
Texas Contemporary	Setembro	Houston	EUA	Arte Contemporânea
Houston Fine Art Fair	Setembro	Houston	EUA	Arte Moderna e Contemporânea
Art Internacional Zurich	Setembro	Zurique	Suíça	Arte Contemporânea
Zona Maco Salon Del Aticuario	Setembro	Cidade do México	México	Arte Contemporânea
Art Helsinki	Setembro	Helsinki	Finlândia	Arte Contemporânea
Aberdeen Art Fair	Setembro	Aberdeen	Escócia	Arte Contemporânea
Estampa	Setembro	Madri	Espanha	Arte Contemporânea
Lapada	Setembro	Londres	Reino Unido	Arte Contemporânea
Cosmoscow	Setembro	Moscou	Rússia	Arte Contemporânea
Positions Berlin	Setembro	Berlim	Alemanha	Arte Contemporânea
Artigo	Setembro	Rio de Janeiro	Brasil	Arte Contemporânea
Artinternational	Setembro	Istanbul	Turquia	Arte Contemporânea
Fine Art Asia	Outubro	Hong Kong	China	Arte e Antiguidades
Frieze Art Fair	Outubro	Londres	Reino Unido	Arte Contemporânea
Pad London *	Outubro	Londres	Reino Unido	Arte e Design do Séc. XX
Frieze Masters	Outubro	Londres	Reino Unido	Arte Pré-Séc XXI
Viennafair	Outubro	Viena	Áustria	Arte e Antiguidades
Moniker Art Fair	Outubro	Londres	Reino Unido	Street Art
1:54 Contemporary African Art Fair	Outubro	Londres	Reino Unido	Arte Contemporânea Africana
Sunday Fair	Outubro	Londres	Reino Unido	Arte Contemporânea
Art Silicon Valley San Francisco	Outubro	San Mateo	EUA	Arte Moderna e Contemporânea
Esher Hall Antiques And Fine Art Fair	Outubro	Surrey	Reino Unido	Arte e Antiguidades
Ch.Aco	Outubro	Santiago	Chile	Arte Moderna e Contemporânea
Korea International Art Fair	Outubro	Seul	Coreia do Sul	Arte Contemporânea
Chester Antiques Show	Outubro	Chester	Reino Unido	Arte e Antiguidades
Affordable Art Fair	Outubro	Estocolmo	Suécia	Arte Moderna e Contemporânea
Art Verona	Outubro	Verona	Itália	Arte Moderna e Contemporânea
Crossroads London	Outubro	Londres	Reino Unido	Arte Contemporânea

Feira	Mês	Cidade	País	Tipo
Boston International Fine Art Show	Outubro	Boston	EUA	Arte e Antiguidades
Fiac	Outubro	Paris	França	Arte Contemporânea
Affordable Art Fair	Outubro	Londres	Reino Unido	Arte Contemporânea
Outsider Art Fair Paris	Outubro	Paris	França	Outsider Art
Palm Springs Modernism Show & Sale	Outubro	Palm Springs	EUA	Arte e Design do Séc. XX
Tefaf New York	Outubro	Nova York	EUA	Belas-Artes
Artbahrain	Outubro	Manama	Barem	Arte Contemporânea
Artbo Bogotá Internacional	Outubro	Bogotá	Colômbia	Arte Moderna e Contemporânea
Affordable Art Fair, Amsterdam	Outubro	Amsterdã	Holanda	Arte Contemporânea
Art Monaco	Outubro	Mônaco	Mônaco	Arte Contemporânea
Kunst Zürich	Outubro	Zurique	Suíça	Arte Contemporânea
Art Toronto	Outubro	Toronto	Canadá	Arte Moderna e Contemporânea
Winter Fine Art And Antiques Fair	Outubro	Londres	Reino Unido	Arte e Antiguidades
Buenos Aires Photo	Outubro	Buenos Aires	Argentina	Fotografia
Manilart 2016	Outubro	Manila	Filipinas	Arte Contemporânea
Art Market Budapest	Outubro	Budapeste	Hungria	Arte Contemporânea
Art The Hague	Outubro	Haia	Holanda	Arte Contemporânea
Ifpda Print Fair	Novembro	Nova York	EUA	Gravuras e Desenhos
Sofa	Novembro	Chicago	EUA	Arte Decorativa
Contemporary Istanbul Art Fair	Novembro	Istambul	Turquia	Arte Contemporânea
Flashback	Novembro	Turim	Itália	Arte Contemporânea
Asian Art In London	Novembro	Londres	Reino Unido	Arte Asiática
Art San Diego	Novembro	San Diego	EUA	Arte Contemporânea
Artissima	Novembro	Turim	Itália	Arte Moderna e Contemporânea
The London Photograph Fair	Novembro	Londres	Reino Unido	Fotografia
Paris Photo	Novembro	Paris	França	Fotografia
Affordable Art Fair	Novembro	Hamburgo	Alemanha	Arte Contemporânea
Fotofever Paris	Novembro	Paris	França	Fotografia
Also Know As Africa (Akaa)	Novembro	Paris	França	Arte Contemporânea e Design
The Salon Art + Design	Novembro	Nova York	EUA	Arte e Design do Séc. XX
Arte Padova	Novembro	Pádua	Itália	Arte Moderna e Contemporânea
Basel Ancient Art Fair	Novembro	Riehen	Suíça	Antiguidades
Antica Namur	Novembro	Namur	Bélgica	Antiguidades
Shangai Contemporaryy Art Fair	Novembro	Shangai	China	Arte Contemporânea
Art Taipei	Novembro	Taipei	Taiwan	Arte Contemporânea
Abu Dhabi Art	Novembro	Abu Dabi	EAU	Arte Contemporânea
Cologne Fine Art	Novembro	Colônia	Alemanha	Arte e Antiguidades
Bank Art Fair	Novembro	Singapura	Singapura	Arte Contemporânea
Edinburgh Art Fair	Novembro	Edinburgh	Escócia	Arte Moderna e Contemporânea
Affordable Art Fair Singapore	Novembro	Singapura	Singapura	Arte Contemporânea
Chester Arts Fair	Novembro	Chester	Reino Unido	Arte Moderna e Contemporânea
Photissima	Novembro	Turim	Itália	Fotografia
Feriarte	Novembro	Madri	Espanha	Arte e Antiguidades
Pan Amsterdam	Novembro	Amsterdam	Holanda	Arte e Antiguidades
Miami Internacional Art Fair	Novembro	Miami	EUA	Arte Contemporânea

Feira	Mês	Cidade	País	Tipo
X Contemporary	Novembro	Miami	EUA	Arte Contemporânea
Context	Novembro	Miami	EUA	Arte Moderna e Contemporânea
Art Miami	Novembro	Miami	EUA	Arte Moderna e Contemporânea
Scope Miami Beach	Novembro	Miami	EUA	Arte Contemporânea
Untitled	Novembro	Miami Beach	EUA	Arte Contemporânea
Ink Miami Art Fair	Novembro	Miami	EUA	Gravuras e Desenhos
Spectrum Miami Art Show	Novembro	Miami	EUA	Arte Contemporânea
Chester Arts Fair	Novembro	Chester	Reino Unido	Arte Contemporânea
Arte Padova	Novembro	Pádua	Itália	Arte Contemporânea
The American Art Fair	Novembro	Nova York	EUA	Old Masters
Antica Namur	Novembro	Namur	Bélgica	Arte Contemporânea
Tehran Art Fair	Novembro	Teerã	Irã	Arte Contemporânea
West Bund Art & Design	Novembro	Shanghai	China	Arte Contemporânea
Ifpda	Novembro	Nova York	EUA	Arte Contemporânea
Daegu Art Fair	Novembro	Daegu	Coréia do Sul	Arte Contemporânea
The Others Fair	Novembro	Turin	Itália	Arte Contemporânea
Red Dot Miami	Dezembro	Miami	EUA	Arte Contemporânea
Pinta Miami	Dezembro	Miami	EUA	Arte Contemporânea
Aqua Art Miami	Dezembro	Miami Beach	EUA	Arte Contemporânea
Art Innsbruck	Dezembro	Innsbruck	Áustria	Arte e Antiguidades
Art Basel Miami Beach	Dezembro	Miami Beach	EUA	Arte Moderna e Contemporânea
Pulse Miami	Dezembro	Miami	EUA	Arte Contemporânea
Fridge Art Fair Miami	Dezembro	Miami Beach	EUA	Arte Contemporânea
Satellite Art Show	Dezembro	Miami	EUA	Arte Contemporânea
Art Thessaloniki	Dezembro	Tessalônica	Grécia	Arte Contemporânea
Seoul Art Show	Dezembro	Seul	Coreia do Sul	Arte Contemporânea
Art Kaohsiung	Dezembro	Kaohsiung	Taiwan	Arte Contemporânea
Outsider Art Fair Nem York	Janeiro	Nova York	EUA	Outsider Art
Photo La	Janeiro	Los Angeles	EUA	Fotografia
Master Drawings New Yor	Janeiro	Nova York	EUA	Old Master Drawings
The Mayfair Antiques And Fine Art Fair	Janeiro	Londres	Reino Unido	Arte e Antiguidades
Este Arte	Janeiro	Punta del Este	Uruguai	Arte Moderna e Contemporânea
Los Angeles Art Show	Janeiro	Los Angeles	EUA	Arte Moderna e Contemporânea
Art Stage Singapore	Janeiro	Singapura	Singapura	Arte Contemporânea
London Art Fair	Janeiro	Londres	Reino Unido	Arte Moderna e Contemporânea
Art Palm Beach	Janeiro	West Palm Beach	EUA	Arte Moderna e Contemporânea
Winter Antiques Show	Janeiro	Nova York	EUA	Arte e Antiguidades
Brafa	Janeiro	Bruxelas	Bélgica	Arte e Antiguidades
Alac	Janeiro	Los Angeles	EUA	Arte Contemporânea
Art Geneve	Janeiro	Genebra	Suíça	Arte Moderna e Contemporânea
Arte Fiera Bologna	Janeiro	Bologna	Itália	Arte Moderna e Contemporânea
Setup Art Fair	Janeiro	Bologna	Itália	Arte Contemporânea
Asia Contemporary Art Show	Janeiro	Singapura	Singapura	Arte Contemporânea
Antiques & Art Fair Luxembourg	Janeiro	Luxemburgo	Luxemburgo	Artes e Antiguidades
Paramount Ranch Fair	Janeiro	Agoura Hills	EUA	Arte Contemporânea

Feira	Mês	Cidade	País	Tipo
Artist Project Toronto	Fevereiro	Toronto	Canadá	Arte Contemporânea
India Art Fair	Fevereiro	Nova Deli	Índia	Arte Moderna e Contemporânea
Zona Maco	Fevereiro	Cidade do México	México	Arte Contemporânea
San Francisco Tribal And Textile Arts Show	Fevereiro	São Francisco	EUA	Arte Etnográfica e tribal
Works On Paper Art Fair	Fevereiro	Londres	Reino Unido	Desenhos
Art Rotterdam	Fevereiro	Rotterdam	Holanda	Arte Moderna e Contemporânea
Arte Genova	Fevereiro	Gênova	Itália	Arte Moderna e Contemporânea
Stockholm Internacional Antiques Fair	Fevereiro	Estocolmo	Suécia	Arte e Antiguidades
Art Karlsruhe	Fevereiro	Karlsruhe	Alemanha	Arte Moderna e Contemporânea
Art Wynwood	Fevereiro	Miami	EUA	Arte Contemporânea
Palm Beach Jewelry,Art & Antique Show	Fevereiro	West Palm Beach	EUA	Arte e Antiguidades
Palm Springs Modernism Show & Sale	Fevereiro	Palm Springs	EUA	Arte e Design do Séc. XX
Marin Show: Art Of The Americas	Fevereiro	San Rafael	EUA	Arte Etnográfica e Tribal
Palm Springs Fine Art Fair	Fevereiro	Palm Springs	EUA	Arte Contemporânea
Arcomadrid	Fevereiro	Madri	Espanha	Arte Moderna e Contemporânea
The Antiques & Fine Art Fair At The Mere	Fevereiro	Cheshire	Reino Unido	Arte e Antiguidades
Naples Art, Antiques And Jewelry Show	Fevereiro	Naples	EUA	Arte e Antiguidades
Salon Zürcher Ny	Fevereiro	Nova York	EUA	Arte Contemporânea
Art Madrid	Fevereiro	Madri	Espanha	Arte Contemporânea
Material Art Fair	Fevereiro	Cidade do México	México	Arte Contemporânea
Justmad	Fevereiro	Madri	Espanha	Arte Contemporânea
Investec Cape Town Art Fair	Fevereiro	Cidade do Cabo	África do Sul	Arte Contemporânea
Art Up! / Lille Art Fair	Fevereiro	Paris	França	Arte Contemporânea
Pink Art Fair - Seoul	Fevereiro	Seul	Coreia do Sul	Arte Contemporânea
Art Dubai	Março	Dubai	EAU	Arte Moderna e Contemporânea
Independent	Março	Nova York	EUA	Arte Contemporânea
New City Art Fair, New York	Março	Nova York	EUA	Arte Contemporânea
Spring/Break Art Show	Março	Nova York	EUA	Arte Contemporânea
Art Central	Março	Hong Kong	China	Arte Contemporânea
The London Photograph Fair	Março	Londres	Reino Unido	Fotografia
Scope New Work	Março	Nova York	EUA	Arte Contemporânea
Pulse New York	Março	Nova York	EUA	Arte Contemporânea
The Art Show (Adaa)	Março	Nova York	EUA	Arte e Antiguidades
Volta Ny	Março	Nova York	EUA	Arte Contemporânea
Art Up!	Março	Lille	França	Arte Contemporânea
Moving Image	Março	Nova York	EUA	Arte Contemporânea
Art On Paper New York	Março	Nova York	EUA	Gravuras e Desenhos
Clio Art Fair	Março	Nova York	EUA	Arte Contemporânea
The Armony Show	Março	Nova York	EUA	Arte Contemporânea
Tefaf Maastricht	Março	Maastricht	Holanda	Arte Moderna e Contemporânea
Bada Antiques & Fine Art	Março	Londres	Reino Unido	Arte e Antiguidades
Houston Antiques Art And Design Show	Março	Houston	EUA	Arte e Antiguidades
Eurantica Brussels	Março	Bruxelas	Bélgica	Arte e Antiguidades
Salon Du Dessin	Março	Paris	França	Desenhos
Art Basel Hong Kong	Março	Hong Kong	China	Arte Moderna e Contemporânea

Feira	Mês	Cidade	País	Tipo
Pad Paris	Março	Paris	França	Arte Contemporânea
Asia Art Fair New York	Março	Nova York	EUA	Arte Contemporânea
Affordable Art Fair - Milano	Março	Milão	Itália	Arte Contemporânea
Artparis Art Fair	Março	Paris	França	Arte Moderna e Contemporânea
Miart	Abril	Milão	Itália	Arte Moderna e Contemporânea
Artexpo New York	Abril	Nova York	EUA	Arte Moderna e Contemporânea
Dallas Art Fair	Abril	Dallas	EUA	Arte Contemporânea
Paris Tribal	Abril	Paris	França	Arte Etnográfica e Tribal
Art Cologne	Abril	Colônia	Alemanha	Arte Moderna e Contemporânea
Nada Cologne	Abril	Colônia	Alemanha	Arte Contemporânea
Art Market San Francisco	Abril	São Francisco	EUA	Arte Moderna e Contemporânea
Independent	Abril	Bruxelas	Bélgica	Arte Contemporânea
Art Brussels	Abril	Bruxelas	Bélgica	Arte Contemporânea
Young Art Taipei	Abril	Taipei	Taiwan	Arte Contemporânea
Milan Image Art Fair	Abril	Milão	Itália	Fotografia
SP-Arte	Abril	São Paulo	Brasil	Arte Moderna e Contemporânea
Chicago Int. Art, Antique & Jewelry Show	Abril	Chicago	EUA	Arte e Antiguidades
Ad 20/21	Abril	Boston	EUA	Arte Contemporânea e Design
Art Safari	Abril	Bucareste	Romênia	Arte Contemporânea
World Art Dubai	Abril	Dubai	EAU	Arte Contemporânea
Miart	Abril	Milão	Itália	Arte Contemporânea
Kölner Liste	Abril	Colônia	Alemanha	Arte Contemporânea
Urban Art Fair	Abril	Paris	França	Arte Contemporânea
Young Art Taipei	Abril	Taipei	Taiwan	Arte Contemporânea
Art Monte Carlo	Abril	Monte Carlo	Mônaco	Arte e Antiguidades
Fresh Paint	Abril	Tel Aviv	Israel	Arte Contemporânea
Chelsea Art Fair	Abril	Londres	Reino Unido	Arte Moderna e Contemporânea
The Photography Show Pres. By Aipad	Abril	Nova York	EUA	Fotografia
Arte BA	Maio	Buenos Aires	Argentina	Arte Moderna e Contemporânea
Art Beijing	Maio	Beijing	China	Arte Contemporânea
Art Fair Tokyo	Maio	Tóquio	Japão	Arte Moderna e Contemporânea
Art Nem York	Maio	Nova York	EUA	Arte Contemporânea
Frieze New York	Maio	Nova York	EUA	Arte Moderna e Contemporânea
Nada New York	Maio	Nova York	EUA	Arte Contemporânea
Spring Masters	Maio	Nova York	EUA	Arte Contemporânea e Design
1:54 Contemporary African Art Fair	Maio	Nova York	EUA	Arte Africana Contemporânea
Fridge Art Fair	Maio	Nova York	EUA	Arte Contemporânea
Flux Art Fair	Maio	Nova York	EUA	Arte Contemporânea
Photo London	Maio	Londres	Reino Unido	Fotografia
La 20/21 Los Angeles	Maio	Culver City	EUA	Arte e Design do Séc. XX
Art Athens	Maio	Atenas	Grécia	Arte Contemporânea
London Original Print Fair	Maio	Londres	Reino Unido	Gravuras e Desenhos
Art17 London	Maio	Londres	Reino Unido	Arte Moderna e Contemporânea
Auckland Art Fair	Maio	Auckland	Nova Zelândia	Arte Contemporânea
Art Busan	Maio	Busan	Coreia do Sul	Arte Contemporânea

Feira	Mês	Cidade	País	Tipo
Art! Vancouver	Maio	Vancouver	Canadá	Arte Contemporânea
The London Photograph Fair	Maio	Londres	Reino Unido	Fotografia
Arco Lisbon	Maio	Lisboa	Portugal	Arte Contemporânea
The London Photograph Fair	Maio	Londres	Reino Unido	Fotografia
Volta	Junho	Basel	Suíça	Arte Contemporânea
Olympia Internacional Art & Antiques	Junho	Londres	Reino Unido	Arte e Antiguidades

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados divulgados pela revista ArtForum (2016, pela plataforma ArtBinder e pelo relatório International Fair Report (2016).

APÊNDICE 2 – Galerias de arte em São Paulo

Galerias	Endereço
AC Galeria De Arte	Rua José Maria Lisboa, 1008, Jardins
Galeria Contempo	Alameda Gabriel Monteiro da Silva, 1644
Am Galeria Horizonte	Rua Estados Unidos, 273, Jardim Paulista
Amoa Konoya Arte Indígena	Rua João Moura, 1002, Pinheiros
Arte 57 Escritório De Arte	Jrua Tatuí, 104, Jardim Paulista
Arte Aplicada	Rua Haddock Lobo, 1406, Jardim Paulisa
Arte Infinita	Avenida Cidade Jardim, 427, Itaim
Arterix	Praça Benedito Calixto, 103, Pinheiros
Ateliê Galeria Priscila Mainieri	Rua Isabel de Castela, 274, Vila Madalena
Ava (All Visual Arts)	Rua Mateus Grou, 513-A, Pinheiros
Baró Galeria	Rua Barra Funda, 216, Pinheiros
Casa Contemporânea	Rua Capitão Macedo, 370, Vila Mariana
Casa Da Xiclet Galeria	Vila Madalena: r. Fradique Coutinho, 1.855
Casa Das Artes Galeria	Rua Bahia, 871, Higienópolis
Casa Galeria Loly Demercian	Avenida Dr. Cardoso de Melo, 758, Vila Olímpia
Casa Triângulo	Rua Paes de Araújo, 77, Itaim
Ricardo Camargo Galeria	Rua Frei Galvão, 121, Jardim Paulista
Central Galeria De Arte	Rua Mourato Coelho, 751, Vila Madalena
Choque Cultural	Rua João Moura, 997, Pinheiros
Leica Gallery	R. Maranhão, 600, Higienópolis
Dan Galeria	Rua Estados Unidos, 1638, Jardim América
Dconcept Escritório De Arte	Alameda Lorena, 1257, Jardim Paulistano
Espaço Arte M. Mizrahi	Avenida Higienópolis, 618, loja 342, Higienópolis
Espaço Ophicina	Rua Aspicuelta, 329, Vila Madalena
Estúdio Buck	Rua Lopes Amaral, 123, Vila Olímpia
Fass	Rua Rodésia, 26, Vila Madalena
Fauna Galeria	Rua Gabriel Monteiro da Silva, 470, Jardim América
Fibra Galeria	Rua Tupi, 792, Pacaembu
Galeria 22	Av. Pres. Juscelino Kubitschek, 417A, Itaim Bibi
Galeria Berenice Arvani	Rua Oscar Freire, 540, Jardins
Galeria Bergamin	Rua Rio Preto, 63, Jardim Paulista
Galeria Concreta	Rua dos Macunis, 440, Alto de Pinheiros
Galeria De Arte Almeida & Dale	Rua Caconde, 152, Jardim Paulista
Galeria De Arte André - Al. Gabriel Monteiro	Alameda Gabriel Monteiro da Silva, 1753, Jardim Europa
Galeria De Arte André - R. Estados Unidos	Rua Estados Unidos, 2280, Jardim Paulistano
Galeria Deco	Rua dos Franceses, 153, Bela Vista
Galeria Eduardo Fernandes	Rua Harmonia, 145, Vila Madalena
Galeria Emma Thomas	Rua Estados Unidos, 2205, Jardins
Galeria Estação	Rua Ferreira de Araújo, 625, Pinheiros
Galeria Fortes Vilaça	Rua Fradique Coutinho, 1500, Vila Madalena
Galeria Jacques Ardies	Rua Morgado de Mateus, 579, Vila Mariana
Galeria Jaqueline Martins	Rua Dr. Virgílio de Carvalho Pinto, 74, Pinheiros
Galeria Leme	Avenida Valdemar Ferreira, 130, Butantã
Galeria Logo	Rua Arthur de Azevedo, 401, Pinheiros

Galerias	Endereço
Galeria Luisa Strina	Rua Padre João Manuel, 755, Jardins
Galeria Marília Razuk	Rua Jerônimo da Veiga, 62 (loja 2) e 131, Itaim Bibi
Galeria Mezanino	Rua da Glória, 279, 62, Liberdade
Galeria Millan	Rua Fradique Coutinho, 1360, Vila Madalena
Galeria Moura Marsiaj	Rua Matheus Grou, 618, Pinheiros
Galeria Nara Roesler	Avenida Europa, 655, Jardim Europa
Galeria Nuvem Arte Contemporânea	Rua Matheus Grou, 355, Pinheiros
Galeria Oscar Cruz	Rua Clodomiro Amazonas, 526/528, Itaim Bibi
Galeria Pilar	Rua Barão de Tatuí, 389, Santa Cecília
Galeria Raquel Arnaud	Rua Fidalga, 125, Vila Madalena
Galeria Sergio Caribé	Rua João Lourenço, 79, Vila Nova Conceição
Galeria Tato Dilascio	Rua Desembargador Ferreira França, 368, Alto de Pinheiros
Galeria Traço Livre	Rua Monte Alegre, 625, casa 4, Perdizes
Galeria Transversal	Rua do Bosque, 206, Barra Funda
Galeria Verbo Arte Contemporânea	Alameda dos Pamaris, 78, Moema
Galeria Vermelho	Rua Minas Gerais, 350, Higienópolis
Galeria Virgilio	Rua Dr. Virgilio de Carvalho Pinto, 426, Pinheiros
Graphias – Casa Da Gravura	Rua Joaquim Távora, 1605, Vila Mariana
Gravura Brasileira	Rua Dr. Franco da Rocha, 61, Perdizes
Joh Mabe Espaço Arte & Cultura	Avenida Brigadeiro Luiz Antônio, 4225, Jardim Paulista
Luciana Brito Galeria	Rua Gomes de Carvalho, 842, Vila Olímpia
Mendes Wood	Rua da Consolação, 3358, Jardins
Mônica Filgueiras e Eduardo Machado Galeria	Rua Bela Cintra, 1533, Jardins
Papel Assinado	Alameda Gabriel Monteiro da Silva, 306, Jardins
Paralelo Gallery	Rua Arthur de Azevedo, 986, Pinheiros
Passado Composto	Rua da Consolação, 3198, Jardins
Passado Composto Século Xx	Alameda Lorena, 1996, Jardins
Paulo Kuczynski Escritório De Arte	Alameda Lorena, 1661, Jardins
Pinakotheke São Paulo	Rua Ministro Nélson Hungria, 200, Morumbi
Pivô	Edifício Copan, av. Ipiranga, 200, loja 48, República
Qaz Galeria De Arte	Rua Mato Grosso, 306, Higienópolis
Smith Galeria	Rua João Moura, 417, Pinheiros
Tableau Leilão De Arte	Rua da Consolação, 2925, Jardins
Território Da Foto	Rua Mateus Grou, 580, Pinheiros
Torrego Art Gallery	Rya Bernardino de Campos, 329, Campo Belo
Veredas Sp	Rua Lisboa, 328, Pinheiros
Zipper Galeria	Rua Estados Unidos, 1494, Jardim América
Bel Galeria De Arte & Leilão	Rua paraguaçu, 334, Perdizes
A Ponte	Rua Haddock Lobo, 1005, Jardim Paulista
Aloisio Cravo	Rua Groelândia, 1897, Jardim Paulista
Artefactory Assessoria De Arte	Rua Pamplona, 962, Jardim Europa
Baró Cruz	Rua Clodomiro Amazonas, 526, Itaim Bibi
Brito Cimino	Rua Adolpho Tabacow, 144, Itaim Bibi
Escritório De Arte James Lisboa	Rua Artur de Azevedo, 613, Pinheiros
Escritório De Arte Marília Carvalho Franco	Rua Teixeira da Silva 312/ 41, Paraíso

Galerias	Endereço
Gabriel Galeria De Arte	Alameda Gabriel Monteiro da Silva, 2057, Jardim Paulista
Galeria Jacques Ardies	Rua do Livramento, 221, Moema
Gaudi Galeria De Arte	Rua Augusta, 2872, Jardim América
Gerard Loeb	Alameda Campinas, 541, apto 151, Jardim Paulista
Manoel Canton	Alameda Rio Claro, 217, sala 01, Jardim Paulista
Marcandi	Luiz Molina, 33 - São Paulo, Vila Mariana
Pró-Arte Galeria	Alameda Gabriel da Silva, 1644, Jardim Paulista
Projeto Ecoarte	Rua Américo Brasiliense, 2171 cjs. 907 - 910, Santo Amaro
Renot & Gauguin	Alameda Ministro R. Azevedo, 1327, Jardim Paulista
Galeria Roberto Camasmie	Rua Bela Cintra 1992, Jardim Paulista
Steiner	Alameda Lorena, 1909, Jardim Paulista
Sylvio Nery Da Fonseca	Rua Oscar Freire, 164, Jardim Paulista
A7MA Galeria de Arte	Rua Harmonia, 95B, Vila Madalena
Galeria Lume	Rua Joaquim Floriano, 733 2ºandar - Itaim Bibi
Galeria Multiplique Boutique	Rua Berta, 106, Vila Mariana
Galeria Steiner	Rua Dr. Melo Alves, 89, Jardim Paulista
Galeia Studio Nobrega	Alameda Franca, 1030, Jardim Paulista
Galeria Tempo	Rua Fidalga, 545, Vila Madalena
Galeria Hilda Araujo Escritório de Arte	Rua Domingos Cordeiro, 71, Real Parque
Galeria Multipla Arte	Avenida Morumbi, 7986, Brooklin
AC Galeria de Arte	Rua Peixoto Gomide, 1677 cj.04, Jardim Paulista
Galeria J. Pedrazzoli	Rua Cantagalo, 1297, Tatuapé
Galeria Brasiliana	Rua Cardoso de Almeida, 1297, Perdizes
Galeria de Arte Actual	Rua Haddock Lobo, 1421, Jardim Paulista
Galeria Jauaperi	Alameda Jauaperi, 1240, Moema
Galeria de arte Canvas	Rua joaquim antunes, 187, Pinheiros
Galeria Pontes	Rua Minas Gerais, 80, Higienópolis
Galeria Spray	Rua Delfina, 112, Vila Madalena
Galería de Arte Documenta	Rua Peixoto Gomide, 1740, Jardins]
Galeria Casa das Gravuras	Rua Joaquim Távora, 1.605, Vila Mariana
Galeria Paulo Figueiredo	Rua Fernão Cardim, 116, Jardim Paulista
Galeria Arte Infinita	Rua Mateus Grou, 629, Pinheiros
Companhia Das Artes	Rua Adolfo Tabacow, 144, Itaim Bibi
D-Concept Escritório De Arte	Rua Bela Cintra, 532, 1° andar, Jardins
Galeria de Arte Do SESI	Avenida Paulista, 1313, Cerqueira César
Galeria SESC Paulista	Avenida Paulista, 119, Cerqueira César
Espaço Anexo/Espaço Ophicina	Rua Aspicuelta, 329, Vila Madalena
Galeria Mali Villas Boas	Rua Bento de Andrade, 559, Jardim Paulista
IQ Art Galeria	Rua Melo Alves, 294, Jardim Paulista
Galeria Portal	Rua Estados Unidos, 2241, Jardim América
Galeria de Arte Marília Razuk	Avenida 9 de Julho, 5719, loja 2, Jardim Europa
Galeria Bita Art Lofts	Rua Oscar Freire, 125, Jardins
ArtEEdições Galeria	Rua Estados Unidos, 1162, Jardim América
BFA Boatos Fine Arts	Rua 24 de Maio, 276, República
Blau Projects	Rua Fradique Coutinho, 1464, Vila Madalena

Galerias	Endereço
Carbono Galeria	Rua Joaquim Antunes, 59, Jardim Paulistano
Casa Nova Arte e Cultura Contemporânea	Rua Chabad, 61, Jardim Paulista, São Paulo
Coletivo Amor de Madre	Rua Estados Unidos, 2174, Jardim Paulista
Galeria Utópica	Rua Rodesia, 26
Galeria Frente	Rua Melo Alves, 400, Cerqueira César, São Paulo
Galeria Rabieh	Alameda Gabriel Monteiro da Silva, 147, Cerqueira César
Room 8	Alameda Ministro Rocha Azevedo, 830, Jardim Paulista
Galeria Superfície	Rua Oscar Freire, 240, Jardim Paulista, São Paulo
Sé	Rua Roberto Símonsen, 108, Sé, São Paulo
SOLO SHOWS	Rua Major Sertório, 557, São Paulo
Studio Nobrega	Rua Estados Unidos, 1162, Jardim América, São Paulo
Warm	Rua Deputado Lacerda Franco, 462, Pinheiros
Galeria Victor Hugo	Rua Dr. Veiga Filho, 100, Higienópolis
Galeria Marcelo Guarnieri	Alameda Lorena, 1966, Jardim Paulista, São Paulo
Galeria de Arte Luís Maluf	Rua Peixoto Gomide, 1887, Jardim Paulista
Slaviero & Guedes Galeria de Arte	Alameda Gabriel Monteiro da Silva, 2074
Galeria Spazio Surreale	Rua Caconde, 234, Jardim Paulista
Aura Galeria	Rua Wisard, 397

Fonte: Elaboração própria a partir de dados divulgados pela plataforma Mapa das Artes (2018) e feiras SP-Arte e PARTE.