

ArtRio 2019 deu destaque para a pluralidade das artes e suas múltiplas linguagens

48 mil pessoas visitaram a feira

Em 2020, ArtRio completa 10 anos de atuação

Pluralidade e acessibilidade. Essas duas palavras deram o tom da ArtRio 2019, que terminou neste domingo, dia 22 de setembro, na Marina da Glória. O evento, que teve a participação de cerca de 80 galerias, recebeu público de 48 mil pessoas, distribuído em 5 dias de feira, e ocupou uma área de 10.600 m². Em 2020, quando completa 10 anos, a ArtRio está confirmada entre os dias 09 e 13 de setembro.

“Esse foi um ano marcante para a ArtRio, com muitas transformações e nova programação. Queremos que cada vez mais a ArtRio seja plural, ao valorizar e trazer para o público diferentes formas e linguagens de arte. Queremos mostrar como a arte e a cultura são a base de nossa formação, nossa história, e o fio que nos conduz para o futuro”, indica Brenda Valansi, presidente da ArtRio.

A partir deste mês, a ArtRio entra em uma nova fase de sua história. A plataforma ArtRio passa a ter como sócia, junto com Brenda Valansi, a Dream Factory, empresa de experiência ao vivo, com escritórios no Rio de Janeiro, São Paulo e Brasília. Fundada em 2001, faz parte do Grupo Artplan e entre os grandes projetos atualmente assinados pela empresa estão o Rio Montreux Jazz Festival, a Árvore do Rio, a Maratona do Rio, Carnaval de Rua do Rio e o Sertões, maior rally das Américas que cruzou o país em agosto.

A Dream Factory irá atuar nas áreas de patrocínios, projetos multiplataforma e produção da ArtRio. Brenda Valansi permanece presidente da ArtRio, responsável por todo o conteúdo, seleção de galerias e curadores e desenvolvimento de novos projetos e ações ligadas a arte.

“Buscamos formar o mais representativo mosaico da enorme cultura brasileira investindo em projetos que são líderes em seus segmentos. A ArtRio veio complementar o portfólio da Dream Factory com sua plataforma de alto valor, disseminando arte ao longo de todo o ano em diferentes formatos e buscando atingir os mais diversos públicos. Nossa atuação terá foco em ampliar a atuação da ArtRio, sempre com essa essência inovadora, que faz parte de seu DNA. Um ponto extremamente relevante é a multiplicidade de ações para disseminação da arte, que tem seu ápice nesta feira de visibilidade internacional”, reforça Duda Magalhães, presidente da Dream Factory e vice-presidente executivo do Grupo Artplan.

A ArtRio teve dois setores gerais, PANORAMA e VISTA, com galerias selecionadas pelo comitê curatorial. Pelo segundo ano, a feira apresentou o

programa BRASIL CONTEMPORÂNEO, com galerias trazendo artistas de fora do eixo RJ-SP. O evento teve ainda três programas curados: SOLO, com curadoria de Sandra Hegedüs; MIRA, com curadoria de Victor Gorgulho; e PALAVRA, assinado por Gabriel Gorini.

Desenvolvendo um forte trabalho de valorização da arte brasileira, a ArtRio trouxe para o Rio esta semana mais de 100 colecionadores e curadores, brasileiros e estrangeiros. Além de visitar a feira, este grupo tem uma programação especial que incluiu visitas a ateliês, coleções privadas e instituições culturais e museus.

Uma importante agenda desse ano da ArtRio foi o lançamento do ArtRio Educacional. Com foco na democratização da arte e do conhecimento, a ArtRio, em parceria com a Aliance Sonae, produziu a mostra inédita *História da Arte, Olhar e Descoberta*. Totalmente interativa e gratuita, a ação estreou no Bangu Shopping, onde permanece até o dia 29. Em 2020, a mostra chega ao Carioca Shopping, Caxias Shopping e Shopping Grande Rio.

Com curadoria da museóloga e professora de arte Líbia Schenker, a mostra foca no período do Renascimento ao Expressionismo Abstrato. A exposição traz 10 totens interativos, e cada um explica o movimento artístico através de imagens de obras emblemáticas de grandes artistas. A locução é da cantora Roberta Sá.

Em mais uma ação que extrapolou o espaço da Marina da Glória, levando a ArtRio para diversos bairros da cidade, foi organizado um circuito de visita a ateliês, com os artistas apresentando seu processo de criação e metodologia de trabalho.

Dentro da programação do Conversas ArtRio, agenda de discussões, palestras e debates com artistas, galeristas, colecionadores, diretores e instituições e curadores. Foram nove programas com diversos temas da atualidade, entre eles *Arte e Tecnologia* e *Colecionismo Consciente*.

A ArtRio 2019 tem patrocínio do Governo do Estado do Rio de Janeiro, da Secretaria de Estado de Cultura e Economia Criativa e da Osklen, por meio da Lei Estadual de Incentivo à Cultura. Tem ainda apoio da Audi, Aliance Sonae, Osklen, Rio Galeão, Shopping Leblon, Stella Artois e Green People, além de apoio institucional da Estácio, Bombay Sapphire, Breton, Perrier-Jouet e RUA. O Belmond Copacabana Palace é o hotel oficial do evento.

Prêmio FOCO ArtRio

Em sua sétima edição, o Prêmio FOCO ArtRio apresentou os dois artistas selecionados em 2019: Rafael BQueer e Tiago Santana. Os dois receberão como prêmio a participação em residências artísticas em reconhecidas

instituições. Também tiveram seus trabalhos em um estande especial na ArtRio deste ano.

As residências do 7º Prêmio FOCO ArtRio são:

- Rio de Janeiro (RJ) – Residência Capacete
- Belém (PA) – Residência São Jerônimo

Rafael BQueer

Rafael BQueer se graduou em Licenciatura e Bacharelado de Artes Visuais pela Universidade Federal do Pará (UFPA – PA), mas hoje vive e trabalha no Rio de Janeiro. Como artista visual, se dedica a investigar sobre corpo, gênero e sexualidade, assim transitando por diversas linguagens, entre as quais performance, vídeo e fotografia.

Na ArtRio, Rafael BQueer apresentou o projeto “Treme Terra”, um vídeo que explora a chamada “música tecnobrega” (gênero popular que reúne referências das músicas brega e eletrônica) do ponto de vista das Artes Visuais, para assim descolonizar a visão histórica que existe sobre a arte brasileira e se reconectar com a sua ancestralidade amazônica.

Tiago Sant’Ana

Artista visual, curador e doutorando em Cultura e Sociedade pela Universidade Federal da Bahia. Seus trabalhos imergem nas tensões e representações das identidades afro-brasileiras – tendo influência das perspectivas decoloniais. O açúcar aparece com recorrência em seus trabalhos recentes como uma tática de aproximar o debate sobre colonização com a atualidade. Foi um dos artistas indicados ao Prêmio PIPA 2018.

Na série “Sapatos de açúcar”, o artista se utiliza do sapato como um símbolo precário da libertação das pessoas negras escravizadas no pós-abolição, transformando-o num objeto feito de açúcar. A tensão da série reside nos sapatos estarem prestes a serem dissolvidos na água do mar, um gesto para tratar da fragilidade da cidadania quando se refere à população negra.

ArtRio.com

Iniciativa pioneira, a ArtRio foi a primeira feira de arte do mundo a ter a comercialização das obras pela internet no site www.artrio.com. O marketplace está ativo durante todo o ano, com ações especiais nas datas do calendário de arte, aberturas de mostras e também nas datas do varejo.

Ao entrar no ArtRio.com, o público poderá direcionar sua navegação com diferentes filtros, incluindo galeria, artista, obra e valor. A lista inclui pintura, fotografia, escultura, desenhos, instalação e videoarte. Os preços são indicados pelas galerias e o valor da entrega será de acordo com a localidade.

De acordo com o relatório “The Art Market 2019 – Art Basel and UBS”, o mercado de arte online alcançou um novo recorde em 2018, com a movimentação de US\$ 6 bilhões, um aumento de 11% em relação ao ano anterior. Isso representa 9% do valor das vendas globais. As vendas online cresceram nas principais casas de leilão em 2018, enquanto as de segundo nível registraram 19% de suas vendas anuais online, com 74% por meio de plataformas de terceiros. Os revendedores informaram que fizeram 6% de suas vendas totais on-line em 2018, uma parte estável em 2017. Mais da metade (52%) deles foram para novos compradores, um aumento de 7% em 2018. Com base em uma pesquisa realizada em cinco mercados em 2018, 93% dos colecionadores millenials (em geral nascidos entre 1979 e 1995) da High Net Worth (HNW) relataram que compraram obras de arte ou objetos de uma plataforma on-line, em comparação com a maioria dos baby boomers (nascidos entre as décadas de 1950 e 1960), que nunca haviam comprado arte on-line antes.

FOTOS DO EVENTO ESTÃO DISPONÍVEIS PARA DOWNLOAD NA ÁREA DE IMPRENSA DO PORTAL WWW.ARTRIO.COM

www.artrio.com

Instagram: @artrio_art

Facebook: ArtRio Feira de Arte do Rio de Janeiro

#artrio2019

#compartilhearte

MAIS INFORMAÇÕES

FleishmanHillard

Renata Pacheco Jordão - renata.jordao@fleishman.com.br

Tel: 21. 3723-8094 / 99466-4316

Christina Martins – christina.martins@fleishman.com.br

Tel: 21.3724-1614