

(clima)

poa . bsb . rio . mia

A Clima abriu a primeira galeria em Brasília, há 20 anos, como sendo uma galeria itinerante. Em 2015, foi inaugurada a unidade de Miami com um espaço expositivo permanente. Em 2018 foi aberto o escritório do Rio de Janeiro. Em maio de 2021, chegou à Porto Alegre como uma galeria boutique, com atendimento personalizado e espaço expositivo localizado no Barra Shopping Sul.

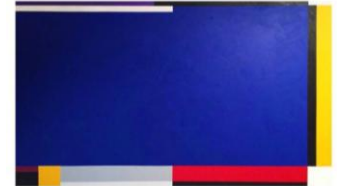
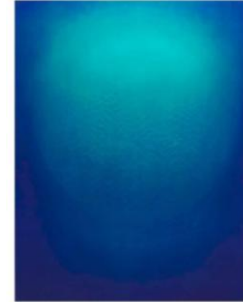
Ao longo de 20 anos de história, a coerência com os preceitos da arte contemporânea, de vanguarda, sempre nortearam a construção do portfólio de artistas que a Clima representa.

Atualmente, figuram no nosso portfólio grandes nomes da arte contemporânea brasileira, já com carreiras consolidadas e também jovens artistas que possuem visibilidade, apresentam um trabalho consistente e potencial de valorização ao decorrer do tempo. Neste contexto, nosso olhar vai além do senso estético que uma obra de arte pode oferecer e inclui também uma perspectiva de diversificação de investimento.

Quem somos

Nosso Portfólio de Artistas

- Armarinhos Teixeira
- Claudia Jaguaribe
- Claudio Cretti
- Eduardo Sued
- Gustavo Pérez Monzón
- Hilal Sami Hilal
- José Bechara
- José Rufino
- Mai-britt Wolthers
- Mariannita Luzzati
- Miguel Rio Branco
- Nazareno
- Sérgio Lucena
- Siron Franco
- Waltércio Caldas

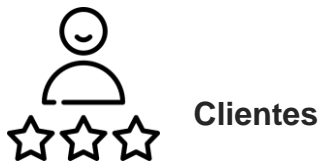


www.galeriaclimapoa.com.br/artistas

Quem somos



Possuímos três focos de atuação que se complementam e integram nossa estratégia de diferenciação e de fomento à arte contemporânea.



Acreditamos no relacionamento de longo prazo com nossos clientes, com compartilhamento de informação e assessoria constante para formação de coleções de arte personalizadas, considerando o viés de valorização do investimento.



Atuamos institucionalmente para divulgar a arte contemporânea. Entendemos que através do acultramento do olhar surgirão novos significados e perspectivas, tanto para a sociedade em geral quanto para um nicho que se tornarão possíveis clientes da Clima.



Atuamos no mercado primário, representando diretamente os artistas. Somos um vetor de divulgação e fortalecimento de suas carreiras, atuando também como agentes de desenvolvimento profissional para nossos artistas.



Para fazer frente a estratégia de fomentar o mercado de arte contemporânea, a Clima Porto Alegre possui um braço para realizar produções culturais voltadas para artes plásticas no Estado do Rio Grande do Sul.

Atualmente, estamos inscritos no Cadastro Estadual de Produtores Culturais – CEPC, o que nos habilita a realizar projetos com base na Lei de Incentivo Cultural do Rio Grande do Sul, Pró-Cultura, desenvolvido pela Secretaria de Cultura do Estado, SEDAC.

Pela Pró-Cultura, todas as empresas contribuintes do ICMS/RS que não aderiram ao simples podem optar por destinar de 5% a 20% do seu imposto a pagar para o patrocínio incentivado de projetos culturais, o que reverte em ganho de imagem através de publicidade e apoio à causa de levar arte àqueles que nos cercam.

Pelo Pró-Cultura, as empresas contribuintes do ICMS/RS podem destinar um percentual do seu imposto a pagar para o patrocínio incentivado de projetos culturais. A capacidade de aporte é calculada com base no valor recolhido de ICMS no exercício anual imediatamente anterior.

ICMS/RS pago no ano anterior (em R\$)	Limite de destinação à projetos culturais (% sobre ICMS pago)
Até 600.000,00	20%
De 600.001,00 à 1.200.000,00	15%
De 1.200.000,01 à 2.400.000,00	10%
Acima de 2.400.001,00	5%

Produções Culturais



Contrapartida por tipos de produção cultural

Artes e Economia Criativa

10%

Exemplo

Valor do Projeto: R\$100.000,00

Patrocínio incentivado: R\$90.000,00

Contrapartida do patrocinador
(10% do total do projeto): R\$10.000,00

Tipos de projetos:

Exposições em museus

Produção de livros de arte

Catálogo de acervos e produção de artistas

Patrimônio, Acervo e Espaço Cultural

5%

Exemplo

Valor do Projeto: R\$100.000,00

Patrocínio incentivado: R\$95.000,00

Contrapartida do patrocinador
(5% do total do projeto): R\$5.000,00

Tipos de projetos:

Aquisição de obras para doação à museus

Reforma e construção de espaços culturais

▪ **Utilização de impostos para o fortalecimento da marca através do marketing cultural e de conteúdo**

Oferecer à arte os recursos que, de outro modo, seriam convertidos apenas em impostos, contribui para o fortalecimento da imagem junto aos colaboradores, clientes e fornecedores ao comunicar o interesse em contribuir com as ações para a comunidade. O ganho de imagem não se restringe aos frequentadores do evento, mas é amplificado e se torna parte das ações de publicidade da empresa. Inclusive, cria um novo formato de conteúdo capaz de entreter o expectador. Um evento cultural, por exemplo, atrai mídia espontânea e possibilita a criação de vídeos e imagens que atraem atenção do público, gerando debates e aumentando a interação das pessoas e o alcance de marca.

▪ **Fortalecimento do relacionamento com o cliente e a comunidade**

O compartilhamento de valores entre a empresa e sua rede é o fator mais importante para construir um relacionamento de confiança. Com os projetos culturais certos, é possível transmitir ideias que atendem às expectativas dos clientes. Ter um bom plano de patrocínio gera uma consistência de atuação do negócio, melhora a imagem, aumenta o engajamento e por fim, traz aumento de faturamento. As empresas patrocinadoras de projetos culturais adicionam emoção ao discurso e estabelecem uma maior conexão com o público. Ao somar isso ao reforço na percepção de imagem e à consistência, há uma ampliação na fidelidade.

▪ **Incentivo à Cultura e Ampliação das oportunidades de negócio**

O patrocínio de projetos culturais leva ao empoderamento de artistas e profissionais do setor das artes, ao aquecimento do mercado cultural e à ampliação de interesse do público, gerando um efeito positivo em toda a sociedade, o que apenas reforça o aspecto social de atuação da marca. Além disso, o patrocínio de projetos culturais trazem novas oportunidades, ampliando o interesse dos consumidores e de parceiros de negócio, pois fortalece o posicionamento da marca, gera mídia espontânea, possibilita novos conteúdos digitais com apelo emocional. Ao final, o relacionamento reforçado somado à expansão da exposição e à melhoria da imagem são fatores extras de persuasão.

Produções Culturais

Como patrocinar

(clima)

Alternativa 1

Patrocinar projetos que já estão em fase de captação de recursos, ou seja, já estão aprovados junto à SEDAC e por isso, possuem escopo e ações de marketing já delimitados.

Nesta alternativa, o custo de estruturação do projeto já foi efetivado (aproximadamente 6% do valor total), não havendo a necessidade de ressarcimento.



Exposição de Armarinhos Teixeira a ser realizada no Museu de Arte Contemporânea do RS, com publicação de catálogo com a obra do artista.

Alternativa 2

Construir um projeto cultural e submetê-lo à aprovação da SEDAC. Neste caso, o escopo do projeto e o orçamento estão em aberto, devendo ser construído em conjunto com a empresa patrocinadora, considerando suas expectativas de divulgação e promoção da marca.

Nesta alternativa, há o custo de estruturação do projeto, que deverá ser pago no momento de contratação do agente cultural.

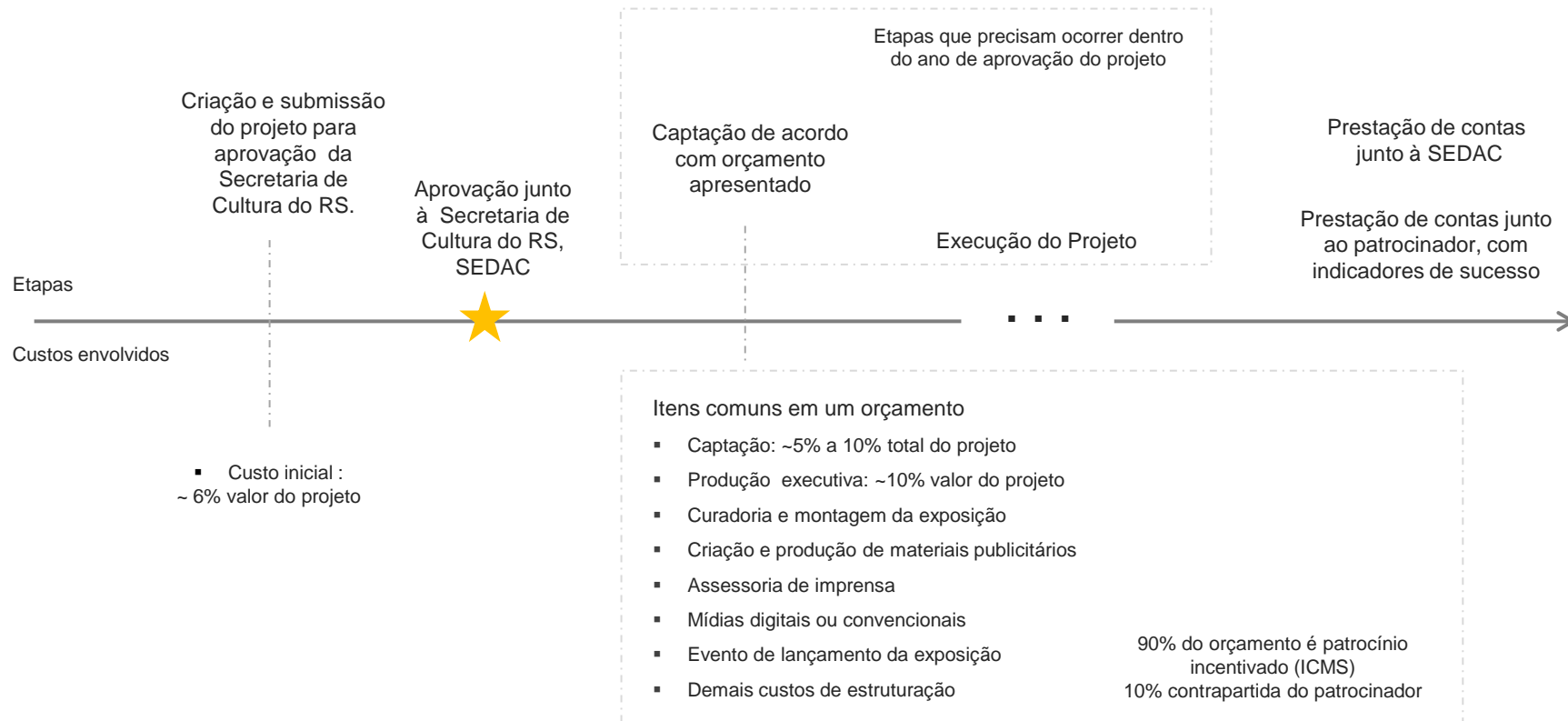


Exemplos de temas de interesse da Clima
Exposição do artista Siron Franco no MARGS
Exposição do artista Sérgio Lucena no Inst. Ling
Elaboração de livro com a obra do artista Eduardo Sued

Produções Culturais

Etapas e orçamento de um projeto cultural

Exemplo: Exposição em Espaço Cultural



(clima)

Contatos

Maria Fernanda de Lima Santin (51) 998 368 699


Olga Pfeifer Mendes Ribeiro (51) 999 060 990

Espaço Expositivo em Porto Alegre

Av. Diário de Notícias, 400/1107

Diamond Tower . Porto Alegre.RS

www.galeriaclimapoa.com.br

 @galeriaclima_poa