

ESSP – Escola de Sociologia e Políticas Públicas

A Sustentabilidade e Alterações das Dinâmicas dos Mercados de Arte

Beatriz Janela José

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de
Mestre em Mercados de Arte

Orientador:

Doutor Loizos Petrides, Professor Auxiliar Convidado,
ISCTE- Instituto Universitário de Lisboa

Coorientadora:

Doutora Alexandra Etelvina Fernandes, Professora Auxiliar,
ISCTE- Instituto Universitário de Lisboa

Setembro, 2020



ESSP – Escola de Sociologia e Políticas Públicas

A Sustentabilidade e Alterações das Dinâmicas dos Mercados de Arte

Beatriz Janela José

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de
Mestre em Mercados de Arte

Orientador:

Doutor Loizos Petrides, Professor Auxiliar Convidado,
ISCTE- Instituto Universitário de Lisboa

Coorientadora:

Doutora Alexandra Etelvina Fernandes, Professora Auxiliar,
ISCTE- Instituto Universitário de Lisboa

Setembro, 2020

Agradecimentos

Uma primeira palavra de agradecimento aos meus orientadores, Doutor Loizos Petrides e Doutora Alexandra Etelvina Fernandes que, mesmo em tempos incertos e difíceis, acompanharam o meu trabalho e foram aconselhando os melhores trajetos para a conclusão da dissertação, mantendo vivo o contacto entre professor e aluno neste momento de isolamento social que nunca antes vivemos, sem que seja possível poder comparar com outra altura, sem regras e sem precedentes - pelo que muito me orgulho dos meus orientadores que sempre estiveram presentes para ajudar e dar uma palavra de apoio.

Agradeço de igual forma, e sem hierarquias, a Verónica de Mello, curadora e diretora-fundadora da agência de arte *REDE art agency*, que acreditou desde o início no tema escolhido e, sobretudo pela disponibilidade em dar orientação, pelo elo de ligação ao mercado e pelos diálogos enriquecedores que fomos tendo ao longo de todo o processo que ajudaram, sem dúvida, a aguçar a minha curiosidade para este projeto.

Agradeço a disponibilidade e testemunho de Sara Antónia Matos e Maura Marvão, que aceitaram fazer as entrevistas que tanto enriquecem a presente dissertação.

Resumo

Este trabalho visa analisar o papel dos mercados de arte no que toca à sustentabilidade e necessidades ecológicas do planeta. Fala-se de sustentabilidade nos últimos tempos como a primeira ordem do dia e, se assim é, e se assim se multiplica a cada setor da economia e sociedade, é importante perceber em que moldes se pode adaptar o mercado da arte a estas novas dinâmicas.

Ao longo do trabalho, proponho-me a analisar em que consiste o conceito de sustentabilidade, e como se enquadra no vasto campo do mercado das artes. Para isto, irei rever o passado das artes visuais, em especial a *Eco Art*, e *Land Art*, movimentos artísticos que se baseiam em respeitar os recursos naturais, os movimentos de arte ecológica que surgiram nos anos 60. Proponho-me a analisar o que já foi feito em termos de proteção ambiental e dos animais, sabendo *a priori* que a arte atua como meio de divulgação e consciencialização – papel importante das artes na sociedade. Procuro ainda perceber que medidas se podem implementar às diversas facetas do mercado, para que se torne um setor menos poluente e mais amigo do ambiente, indo ao encontro das medidas propostas pelas várias instituições mundiais que se debatem com este tema, bem como analisar o percurso já alcançado pelos vários agentes dos mercados de arte no que toca à pegada ecológica.

O presente trabalho incidirá sobre as várias dimensões do mercado de arte, procurando dar resposta à questão inicial de qual o papel dos mercados de arte no que toca à necessidade de práticas mais sustentáveis.

Como linha paralela, foco-me na recente pandemia do Covid-19, uma vez que uma reflexão sobre o estado atual dos mercados de arte não estaria completa deixando o impacto do vírus na sombra.

Palavras-chave

Sustentabilidade, dinâmicas de mercados, feiras de arte, artes visuais, ecologia

Abstract

The present work aims to study the role of art markets in terms of sustainability and the planet's ecological needs. Sustainability has been at the order of the day for global institutions, this being said, it extends to all sectors of economy and society- it is of great importance to understand how the art markets can adapt to these new dynamics.

I propose to review and analyse the history behind Eco Art and Land Art, artistic movements that respect the natural resources. Also, investigate what has been done regarding animal and environmental protection, as knowingly art acts as a way of communicating and opening discussions- playing a major role in our society. The paper will look into future endeavours for the market to become a less pollutant and a much greener sector, following the lead of international institutions that focus on this matter, as well as analysing what has been accomplished by other agents in the art markets. The present paper will look through the various dimensions of the art markets, moreover it will try to come up with answers to the question behind it all – what is the role of the art markets when it comes to sustainability.

The present paper will look into the various dimensions of the art markets, while trying to answer pressing questions on the role of art markets concerning sustainability practices.

Moreover, I focus my attention on the recent pandemic Covid-19, as the analysis on the actual state of art markets wouldn't be complete without the impact of this virus.

Key words

Sustainability, Art Markets, Art Fairs, Art, Ecology

ÍNDICE

INTRODUÇÃO	1
CAPÍTULO I – REVISÃO BIBLIOGRÁFICA	3
1.1 - O que é a Sustentabilidade?	3
1.2 - Mercados de Arte	5
1.2.1 - Dimensões dos Mercados de Arte	6
1.2.2 - Agentes dos Mercados de Arte	7
1.3 - Sustentabilidade e Mercados de Arte	10
CAPÍTULO II – PAPEL DOS MERCADOS DE ARTE NA SUSTENTABILIDADE	13
2.1 - Passado, Presente e Futuro	13
2.2 - CITES	14
2.3 - Land Art / Arte Ecológica	17
2.4 - Práticas sustentáveis nos Mercados de Arte	23
CAPÍTULO III – PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS NOS MERCADOS DE ARTE	25
3.1- Análise de Práticas (Feiras, Bienais, Galerias)	25
3.1.1 - Pré Covid-19	25
3.1.1.1 – Feiras, Bienais e Dealers	25
3.1.2 - Covid-19	30
3.1.2.1 – Feiras, Bienais e Dealers	31
3.1.2.2 – Museus	34
3.2 - Prognóstico de Futuro	35
3.2.1 – Entrevistas	37
CONCLUSÃO	43
REFERÊNCIAS	47
ANEXOS	51

INTRODUÇÃO

“A crise climática é o maior obstáculo à paz, estabilidade e prosperidade globais”

António Guterres, Secretário-Geral das Nações Unidas

Um dos assuntos mais abordados dos últimos meses, até anos, tem sido o ambiente, com o intuito de antever e precaver as alterações climáticas latentes. Esta é a ordem de trabalhos mais importante a resolver, está acima da segurança, acima de interesses económicos e, por isso, a União Europeia, em consórcio com outros governos, tem vindo a demonstrar empenho em processos de negociação com o intuito de chegar a um acordo jurídico sobre alterações climáticas, de forma a mitigar as suas consequências (Conselho Europeu, *sine anno*). Assim como a UE, também as Nações Unidas têm desbravado campo nas matérias das alterações climáticas, dando passos positivos com o Acordo de Paris¹.

António Guterres (2020) (Secretário Geral das Nações Unidas) continua a apelar para que se tente desacelerar as consequências do aquecimento global². Fala-se de sustentabilidade desde o primeiro *summit* do Planeta Terra no Rio de Janeiro em 1991, apesar de não haver uma definição exata para o que é a Sustentabilidade, diz-se que é o desenvolvimento em concordância com as necessidades do planeta, sem por em causa as necessidades das gerações vindouras. A Sustentabilidade é a capacidade de satisfazer as nossas necessidades no presente sem comprometer a capacidade de as gerações futuras satisfazerem as suas próprias necessidades³. Na prática, a sustentabilidade é o desenvolvimento atendendo a cinco princípios: qualidade de vida, justiça e equidade, participação, respeito pelo meio ambiente e os seus limites e pensamento no futuro sem o comprometer.

Posto este cenário alarmante, e visto que atinge cada elemento da sociedade em que vivemos, é importante perceber qual o papel dos mercados de arte nas práticas sustentáveis e que papel pode representar, bem como qual o rumo dos vários atores e agentes do mercado. As principais perguntas às quais procuro das resposta são “Qual o papel dos mercados de arte nas práticas sustentáveis?”, e “O que se espera dos vários intervenientes dos mercados de arte em termos de práticas sustentáveis?”.

¹ Acordo de Paris: entra em vigor em Novembro de 2016, assinado por 55 países com objetivo de limitar o aquecimento global, (Conselho Europeu, disponível em <https://www.consilium.europa.eu/pt/policies/climate-change/paris-agreement/>);

² “A crise climática é talvez o maior obstáculo à paz, estabilidade e prosperidade globais” (Guterres, 2020);

³ Citação retirada de comunicação do Conselho Empresarial para o Desenvolvimento Sustentável (2020), disponível em <https://www.bcsdportugal.org/sustentabilidade/sustentabilidade>;

Ao longo do trabalho, para tentar dar respostas às perguntas já apresentadas, proponho-me a perceber e analisar o conceito de sustentabilidade, bem como os mercados de arte e as suas dinâmicas. Proponho-me a analisar que mudanças já ocorreram nos mercados de arte em termos de proteção ambiental e animal, baseando-me em legislação existente; analiso a evolução de práticas de arte ecológica - movimentos artísticos desde os anos 60 até à atualidade que se preocupam em abordar questões e ideias fundamentais para a cultura e sociedade contemporânea em matérias de desenvolvimento sustentável e alterações climáticas (Fundação de Serralves, 2020); bem como aprofundar práticas dos mercados de arte no que toca à sustentabilidade e que mais se pode fazer para ajudar e ir ao encontro das medidas propostas pelas instituições internacionais, que se debatem com o assunto de forma fervorosa nos últimos tempos. O objetivo de um mercado menos poluente e mais amigo do ambiente, sabendo *a priori* que a arte atua como meio de divulgação e consciencialização, assim como o mercado de arte nas suas três dinâmicas: económica, cultural e política.

Esta reflexão e revisão de literatura faz hoje mais sentido que nunca, em primeiro lugar porque vivemos tempos sem precedentes no seio de um estado de emergência passado a estado de calamidade fruto de uma pandemia do vírus Covid-19 e, por isso, é possível retirar um largo número de exemplos de práticas em larga escala das várias instituições culturais pelo globo, bem como moldar tipos de comportamento generalizado. Em segundo lugar, porque Lisboa é a Capital Verde Europeia 2020,⁴ demonstrando assim uma posição clara em matéria de combate às alterações climáticas.

⁴ Em junho 2018, Lisboa foi nomeada Capital Verde Europeia 2020, informação retirada de comunicação disponível em <https://lisboagreencapital2020.com>;

CAPÍTULO I – REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

1.1 - O que é a Sustentabilidade?

Como dito anteriormente, a sustentabilidade é a capacidade de satisfazer as nossas necessidades no presente sem comprometer as gerações vindouras (Relatório Bruntland, 1987). A sustentabilidade está na ordem do dia e é cada vez mais importante para estratégias a longo prazo, enfrentando desafios, ao qual a Comissão Mundial sobre Ambiente e Desenvolvimento (1983) tentou dar resposta através do seu relatório final – Relatório Bruntland.

Para perceber o conceito de sustentabilidade é necessário compreender o percurso da procura pelo conceito, que amplamente aceite pelos segmentos da sociedade é preciso aprofundar as suas implicações práticas. “Esta reflexão, que começa a surgir a partir da década de 1970, vai levar ao aparecimento do conceito de desenvolvimento sustentável” (Van Bellen 2005), resultando de vários acontecimentos “entre os anos de 1960 e 1980 vários desastres ambientais como o da Baía de Minamata, no Japão, o acidente de Bhopal, na Índia, e o acidente nuclear de Chernobyl, na extinta União Soviética, que provocaram na Europa um impressionante crescimento da conscientização sobre os problemas ambientais”, (Van Bellen 2005). É a partir deste momento de tomada de consciência que se começa a pensar na sustentabilidade de forma mais globalizada e menos local, surgindo várias alternativas de relacionamento da sociedade com o ambiente. Segundo Brüseke (1995), alguns pontos importantes na discussão do conceito foram tomando passos no século XX como o relatório sobre os limites do crescimento, de 1972, o surgimento do conceito de desenvolvimento ecológico, em 1973, a declaração de Cocoyok, em 1974, o relatório da Fundação Dag-Hammarskjöld, em 1975, e, finalmente, a Conferência da Organização das Nações Unidas (ONU) sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, em 1992. Em 1992, uma nova conferência da ONU sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento é realizada no Rio de Janeiro, intitulada “Earth Summit”. Finalmente a percepção da existência de uma relação entre problemas do meio ambiente e o processo de desenvolvimento, que hoje já se sabe ser um ponto central.

Por se tratar de um processo complexo e duradouro, existem hoje diferentes abordagens à sustentabilidade, sendo o Relatório Bruntland o mais amplamente aceite como ação que tem em vista as necessidades das gerações vindouras (World Commission on Environment and Development, 1987). Existem outras conceções como a das Nações Unidas em que “o desenvolvimento sustentável consiste na modificação da biosfera e na aplicação de seus recursos para atender às necessidades humanas e aumentar a sua qualidade de vida”. E ainda um outro exemplo, Costanza (1991) em que para ser considerado sustentável deve-se assegurar que a vida humana possa continuar indefinidamente, com crescimento e desenvolvimento da

sua cultura, de modo a não destruir a diversidade, a complexidade e as funções do sistema ecológico de suporte à vida. Apesar de tudo, pontos comuns a quase todos os conceitos apresentados e estudados são a existência de necessidades por satisfazer e a existência de limitações físicas para atender a essas necessidades, que fazem deste conceito complexo, dinâmico e carregado de valor para vários autores.

“Existem múltiplos níveis da sustentabilidade, o que leva à questão da inter-relação dos subsistemas que devem ser sustentáveis, o que, entretanto, por si só, não garante a sustentabilidade do sistema como um todo. É possível observar a sustentabilidade a partir de subsistemas como, por exemplo, dentro de uma comunidade local, um empreendimento industrial, uma ecorregião ou uma nação, entretanto deve-se reconhecer que existem interdependências e fatores que não podem ser controlados dentro das fronteiras destes sistemas menores” (Van Bellen 2005), observar Quadro 1 nos Anexos, para melhor compreensão dos vários níveis de sustentabilidade, desde muito fraca a muito forte. Enquanto para Bossel (1998) só existe sustentabilidade ou não sustentabilidade, não podendo haver uma medição por grau, só podemos avaliar um momento quando estamos no futuro e olhamos para trás. Para este autor, a sustentabilidade sofre ameaças de dinâmicas da tecnologia, da economia e da população, que antes não acontecia. O autor refere que durante muitos anos, várias comunidades foram vivendo de forma sustentável e que, agora, é preciso operacionalizar este conceito e abordar dimensões materiais, ambientais, sociais, económicas, políticas e culturais (ponto que nos interessa amplamente – se é importante abordar e operacionalizar cada setor da sociedade para uma perspectiva mais sustentável, então é importante abordar a dimensão dos mercados de arte como parte integrante destes setores da sociedade).

Existem vários tipos de sustentabilidade: sustentabilidade económica, social, ambiental, da perspectiva geográfica e cultural (Van Bellen 2005), neste trabalho interessa sobretudo debruçar sobre a sustentabilidade ambiental dentro do setor cultural. O que é amplamente sabido é que se deve reduzir a utilização de combustíveis fósseis, diminuir a emissão de substâncias poluentes, adotar políticas de conservação de energia e de recursos, substituir recursos não renováveis por renováveis e aumentar a eficiência em relação aos recursos utilizados e tudo isto passa pelas escolhas das organizações, das empresas e sobretudo dos indivíduos, culminando na totalidade da sociedade. Apesar da dificuldade em caracterizar se uma ação é ou não sustentável, é possível descobrir quais os impactos inerentes a cada atividade e melhorar com base nessa descoberta, é esse o rumo deste trabalho - a procura dos impactos causados pelas atividades e os agentes dos mercados de arte e a sua caracterização ou aproximação ao caminho da sustentabilidade, procurando dar dicas nesse intuito.

Depois de alcançado o Acordo de Paris (2015), foi posto em prática um plano de ação para a diplomacia climática em 2016 com os objetivos de “defender as alterações climáticas como prioridade estratégica nos diálogos diplomáticos, na diplomacia pública e nos instrumentos de política externa implementar o Acordo de Paris e os contributos previstos determinados a nível nacional (CPDN), no contexto de um desenvolvimento hipocarbónico e resiliente às alterações climáticas e abordar a relação entre as alterações climáticas, os recursos naturais, a prosperidade, a estabilidade e a migração”, como se pode ler no *site* do Conselho da União Europeia. Ainda, em dezembro de 2019, o Conselho do Ambiente adotou conclusões sobre as alterações climáticas para a Cimeira do G20 no mesmo ano, concluindo que “a União Europeia e os seus Estados-Membros continuam a ser os maiores contribuintes para o financiamento público da ação climática. O total das suas contribuições ascendeu a 21,7 mil milhões de euros em 2018, montante superior aos 20,4 mil milhões de euros registados em 2017. O valor mais recente demonstra a determinação da UE em aumentar a contribuição destinada ao financiamento internacional da ação climática, para chegar ao objetivo fixado para os países industrializados de mobilizar 100 mil milhões de dólares por ano até 2020, e em manter uma contribuição semelhante até 2025”⁵. A 5 de março de 2020 deu-se o mais recente encontro sobre matéria do clima, em que os ministros do Ambiente da UE adotaram a estratégia de longo prazo de desenvolvimento com baixas emissões de gases com efeito de estufa. A estratégia ainda será comunicada, como exigido pelo Acordo de Paris, em que o grande objetivo é que seja alcançada a neutralidade climática em 2050.

1.2 - Mercados de Arte

“Art market, physical or figurative venue in which art is bought and sold. At its most basic an art market requires a work of art, a seller, and a buyer”

Howard, Jeremy R. (2009)

O mundo da Arte é um sistema de estruturas e dinâmicas que se mantém vivo devido à crença na arte. O mercado expandiu, mais pessoas começaram a visitar museus e puderam chamar-se “agentes” do mercado, aglomerando-se em cidades como Nova Iorque, Londres, Los Angeles e Berlim, com comunidades artísticas também noutras cidades importantes, tornando-se mais policêntrico do que no século XX. É importante perceber que o mundo da arte é mais vasto que

⁵ Conclusões do Conselho sobre o financiamento da ação climática na perspetiva da COP25, retirado de comunicado do Conselho Europeu disponível em <https://www.consilium.europa.eu/pt/policies/climate-change/paris-agreement/> ;

o mercado da arte, é quase como uma economia simbólica onde se discute cultura e opiniões, onde cada um procura uma posição diferenciadora dos demais, ao invés de ser meramente comercial: Tom Wolfe⁶ usa a expressão “*statusphere*”⁷ para o classificar (Tom Wolfe citado por Sarah Thornton, 2008, p.xxi). A arte precisa de se munir de motivos alternativos ao lucro para se distanciar das outras indústrias culturais.

Uso a obra “Seven Days in the Artworld” (2008) de Sarah Thornton para fazer uma explicação ilustrada do mercado, paralelamente ao uso da obra de Alexandre Melo, curador e professor universitário, intitulada “Sistema da Arte Contemporânea” (2012). A obra de Thornton é considerada por muitos, inclusive o New York Times, a melhor e mais fácil para perceber uma explicação do mundo da arte, já que a autora – socióloga – retrata um mercado real através do recurso à ficção. Emergiu-se nos vários acontecimentos e relacionamentos deste meio durante 5 anos, para que daí pudesse surgir esta exaustiva, mas de alguma forma com cariz de entretenimento, enciclopédia dos mercados de arte globais. A autora vai procurar explicar, através de diálogos e comparações informais, os contextos das obras e os processos de criação de valor desde o estúdio do artista ao museu, bem como o conceito de crença coletiva. Ao mesmo tempo, auxílio-me de Melo para cruzar informação de ponto de vista mais científico e de escritos académicos, tanto ao nível internacional como ao nível nacional (que nesta reflexão não terá tanta importância o ponto de vista nacional, privilegiando o amplo, o global).

Para Alexandre Melo, os mesmos agentes retratados por Thornton são reais, mas vai mais além dizendo que “podemos distinguir três dimensões de funcionamento do sistema de arte contemporânea: uma dimensão económica, uma dimensão cultural e uma dimensão política” (Melo, 2012) - será a partir desta separação em dimensões que tentarei basear e dar resposta à problemática imposta, para que seja compreensível o funcionamento do mercado nas suas várias vertentes e facetas, mais à frente. É a junção destas três dimensões que dá então carne e osso ao mercado de arte como um todo, dentro do mundo da arte – “é a manifestação interligada destas diferentes dimensões que precisamente constitui o sistema” (Melo, 2012), ainda que para efeitos de análise, estudos e descrições possam ser indissociáveis.

1.2.1 - Dimensões dos Mercados de Arte

As três dimensões do sistema são elas económica, cultural e política. A dimensão económica preocupa-se com a produção, a distribuição e o consumo, com as leis da oferta e da procura,

⁶ Tom Wolfe (1930-2018), autor e jornalista norte-americano.

⁷ Aqui com o sentido de diferenciador pelo *status* social.

como qualquer outro produto comercial, diz Alexandre Melo. Importa-lhe a atividade do artista, do produtor neste caso; a atividade de quem vende este produto e de quem compra, sendo estes os compradores, colecionadores particulares, institucionais, públicos ou privados que o fazem para satisfazer objetivos mais amplos.

Para compreender todo o sistema temos de mergulhar nas outras duas dimensões, que o completam- a dimensão cultural e política. No que concerne a dimensão cultural, que está estritamente ligada à dimensão anterior por lhe conferir legitimidade, falamos de críticos, curadores, comentadores, académicos- tal como Bourdieu (1996) ilustra no seu capítulo “Génese Histórica de uma Estética Pura”. Estas dimensões existem para se relacionarem entre si e perpetuarem o “jogo” do sistema do mercado. “O Campo é o espaço social onde se jogam relações de força, produto de longa convivência onde surgem as regras sociais e comportamentos dentro de cada campo. O campo artístico, ou instituição, só funciona enquanto for perpetuado o jogo, criador de *illusio*. Há uma reprodução constante do jogo, por forma de ilusão, ou seja, só pertence ao campo quem de alguma forma quer pertencer e acredita nele, reproduzindo este mesmo interesse. Sem o *illusio*, o campo não teria esta característica intrínseca de ser cíclico.”, (Bourdieu, 1996). É a principal função da dimensão cultural a valorização das obras, por forma de as legitimar ao nível global, diz Melo, dando lugar a uma dimensão política.

“A legitimação e validação (...) faz com que a sua existência seja reconhecida e enquadrada pelas instituições públicas, dando assim lugar a uma dimensão política” (Melo, 2012), que ocorre por via de exibição e exposição, apoios institucionais, decisivas e leis que concernem a arte, academias e escolas, que realizam o trabalho simbólico dando lugar à dimensão política. São as instituições, os museus, o Estado, a base dos funcionários culturais e decisores políticos para a arte e cultura. Este argumento é também suportado por Bourdieu.

Como vemos, estas três dimensões interligam-se, explicam-se e relacionam-se a vários níveis, daí serem base fundadora do sistema dos mercados de arte, e ainda base central para a explicação e fundamentação que se seguirá nos capítulos seguintes.

1.2.2 - Agentes dos Mercados de Arte

Depois de entendidas as dimensões dos mercados de arte, importa perceber quem são os agentes que neles operam. É consensual a listagem de agentes envolvidos nos mercados de arte, para a maioria dos teóricos bem como para Thornton e Melo.

Naturalmente, sigo pela explicação anterior das dimensões dos mercados para incorporar em cada uma os seus respetivos agentes e continuar a coerência do discurso. Logicamente e,

sem sombra de dúvidas, existe o primeiro agente – o artista, que integra a dimensão cultural mas também a dimensão económica (Melo, 2012), “entendido como agente económico”. Um *taboo* relacionado com este ponto, e é este um espelho de exemplo de Thornton, o artista é apenas um agente cultural que tem como missão única a criação das suas obras, sem interesses económicos, que jamais faria arte pelo seu valor comercial, mas na verdade sabemos que não é bem assim, é um grande *faux pas* para um artista estar presente em leilões, uma vez que mostra que se preocupa com o valor económico das suas obras, o qual devia negar, (Thornton 2008).

No que diz respeito ao artista, este lida com outros agentes secundários, que apesar de não serem agentes principais dos mercados, são peças importantes do jogo: os assistentes, os auxiliares, os fornecedores, entre outros, estes fazem parte das indústrias adjacentes, (McAndrews, Relatório Art Basel, 2019).

Por outro lado, existem os agentes que se importam com a venda do objeto artístico: as casas de leilões, os vários *dealers*, os galeristas, os *advisors*. Todos diferem entre si já que uns se especializam no segundo mercado e outros no primeiro, uns semeiam relações duradouras e exclusivas com artistas e outros trabalham em regime de *freelance*, mas todos têm como fim último a venda e o lucro com a venda da obra de arte. No setor leiloeiro, uma camada de negócios inferior muito alargada a operar localmente e uma camada superior mais pequena, com empresas nacionais, e depois ainda menor com empresas multinacionais como são exemplo as casas leiloeiras *Sotheby's* e *Christie's*, assim como o setor dos galeristas e *dealers* em que na sua maioria são pequenas empresas, com uma camada superior de 1-2% de grandes multinacionais (McAndrews, Relatório Art Basel, 2019).

Estes agentes económicos procuram eventos como as feiras de arte, feiras estas que se caracterizam por reunir num espaço e tempo limitados, normalmente sempre no mesmo período de ano para ano, um elevado número de vendedores que expõem o seu produto a um elevado número de compradores, também estes um agente dos mercados de arte. É um evento predominantemente de natureza económica (Melo, 2012). Mais à frente, irei analisar melhor o caso das feiras de arte.

Dentro do grupo dos agentes que operam na dimensão cultural, além do artista que tanto está no grupo dos agentes culturais, pela criação, como no grupo dos agentes económicos, pelo seu interesse na venda das obras; incluem-se os comentadores e os exibidores (Melo, 2012). De um modo geral, falamos de todos os intervenientes que através das suas opiniões se relacionam com o objeto artístico – o grande público, jornalistas, críticos, ensaístas, académicos, professores, editores, exibidores, curadores, entre outros, são aqueles que decidem quando e onde mostrar. No fim último, de forma direta ou indireta, servem os agentes que operam

comercialmente e têm como principal função criar discursos de valorização das obras, através de “informações, enquadramentos, juízos de valor e reflexões”, (Melo, 2012). Quando se fala dos exibidores, fala-se do grupo de indivíduos que trabalham na organização e escolha de obras e artistas, para exposições, mas sempre fora dos espaços comerciais, galerias de arte. Fala-se de museus, centros culturais e espaços alternativos que têm efeitos decisivos para a consagração e legitimação. Na dimensão económica temos o galerista, dealer, colecionador e investidor enquanto do lado da dimensão cultural temos o curador, o crítico, o editor, o investigador, que o seu conjunto forma a rede económica.

Por último, os agentes que operam na dimensão política são agentes que podem não estar necessariamente ligados ao setor cultural, mas que nele interferem devido ao seu poder real de decisão. Dentro deste grupo, distingue-se os decisores políticos e os funcionários culturais (que são eles também parte da dimensão cultural), que trabalham em instituições na esfera do Estado contribuindo para a legitimação e reconhecimento ao mais alto nível nas instituições culturais públicas. Por outro lado, os decisores políticos são os que passam as leis, os que se preocupam em desempenhar funções de financiador, exibidor e comprador em nome do Estado, os que planeiam aquisições, subsídios e apoios de forma a suportar estruturas.

Estes papéis dos agentes, que podem operar em mais que uma dimensão, como vimos, são complexos e podem discorrer de mais pesquisa e investigação para melhor os caracterizar. Um ponto importante a retirar deste capítulo é que os agentes podem e devem operar em várias dimensões. É interessante ver como as pessoas que se mexem neste meio do mundo da arte são quase sempre as mesmas, ou conhecem-se todas umas às outras. Por exemplo, encontramos as mesmas pessoas em várias instituições e eventos do mundo da arte. Os peões mais importantes do mercado estão em todas as dimensões, (Thornton, 2008). Os agentes podem encontrar-se e relacionar-se em várias situações que podem estar distribuídas pelas várias dimensões, situações essas como: feiras, leilões, vendas, exposições em galerias e museus, conversas e conferências, entrevistas, críticas, revistas e jornais, livros e catálogos.

Para o presente trabalho, importa que se perceba que existem diferentes agentes, com diferentes funções – qual o seu verdadeiro papel, qual o seu poder dentro dos sistemas. “A actual situação da arte contemporânea caracteriza-se por uma articulação informal entre mecanismos de legitimação e promoção económica e mecanismos de legitimação e promoção cultural”, (Melo, 2012).

1.3 - Sustentabilidade e Mercados de Arte

Como já mencionado, assim como cada setor da sociedade deve dirigir-se em torno da sustentabilidade, também o setor das artes e em especial os mercados de arte devem caminhar em direção a práticas mais sustentáveis. Neste sentido, muitas vezes são interligados os dois mundos para dar resposta ao problema – como foi o caso do uso da obra “Western Flag” (2017) de John Gerrard⁸ como apresentação para a Conferência em Madrid COP25 (Ocean and Climate Platform, 2019), pelo Museu Nacional Thyssen-Bornemisza. Em conjunto com as Nações Unidas, a obra do artista irlandês foi instalada na entrada do museu, recreando o espaço em que o primeiro poço de petróleo se encontrava, em 1901, no Texas, nos Estados Unidos da América.



John Gerrard, Western Flag (Spindletop, Texas) 2017

Créditos: Ars Eletronica

A instalação, que pertence à coleção do museu, replica uma bandeira de fumo escuro sobre imagens do espaço real de Spindletop, transmitindo as mudanças atmosféricas sentidas, como crítica à exploração dos recursos. Também pela mesma instituição museológica, foi

⁸ John Gerrard, artista irlandês nascido em 1974.

implementado um programa de visitas guiadas “Arte e Emergências Climáticas” (2019), para dar resposta à proposta da Conferência do ICOM em Quioto dos museus perceberem que existe urgência em desenvolver e implementar soluções sustentáveis e dar a conhecer estas emergências climáticas⁹, o Museu tem demonstrado um compromisso perante a emergência ambiental, quer através de exposições, quer através de contribuições. Francesca Thyssen-Bornemisza, fundadora e parte do Conselho de TBA21, diz que “a arte é um agente de mudança, é algo com bastante importância nos dias que correm e tem um papel fulcral. Os artistas têm a capacidade de criar imagens que contam a história completa, como Western Flag, a imagem da bandeira tornou-se a imagem da Conferência COP25, que demonstra o poder e a versatilidade da arte”, a arte tem a capacidade de intervir e de criar diálogo, colocando perguntas e é por isso que temos assistido a um crescente uso deste tema da Arte e Sustentabilidade em conferências e palestras, como é o caso de “*Art as an Agent of Change*”, na Universidade IE, em Madrid, (Gardner, 2019) e “*The Role of Art in the Environment Crisis Symposium*”, pela Christie’s.

O painel organizado pelo IE para comemorar as Conferências para as Alterações Climáticas em Madrid, foi presidido por três figuras importantes dos mercados de arte em Espanha, para representar as instituições, os patronos e os artistas – Markus Reymann, Francesca Thyssen-Bornemisza e John Gerrard. Reymann diz-nos que “sem os artistas, as pessoas não atuam no sentido que os cientistas nos impõem”, que só com a veia criativa e a comunicação feita através da arte podemos efetivamente ver o que está a acontecer e tomar medidas e, de acordo com Gerrard, “a arte pode ter um efeito e mover o público”. Paralelamente, o simpósio organizado pela leiloeira Christie’s incluía informação sobre como os artistas estão a agir em relação às alterações climáticas e as suas consequências. Ao longo das palestras, foram colocadas questões pertinentes, que vão ao encontro do trabalho apresentado, como “Como a arte comunica os temas das alterações climáticas?”, “Como a arte assiste na tomada de decisão?”, “Que métodos, materiais e técnicas são usados pelos artistas que se preocupam com o clima?”, “Como é que o contexto impacta as nossas respostas em relação à sustentabilidade?”, entre outras. Uma conclusão a que se chegou foi que a arte tornou-se um canal importante para comunicar e chegar ao público, para tomar consciência de alguns assuntos que de outra forma não chegariam até nós. Os esforços conjuntos entre sustentabilidade e mercados de arte são hoje tão precisos, dadas as vastas repercussões das alterações climáticas globais e a dificuldade de perceber isto na maioria das pessoas, sendo que os artistas podem apresentar estes problemas e soluções de forma mais compreensível.

⁹ “The definition of museum must acknowledge the urgency of the crisis in nature and the imperative to develop and implement sustainable solutions”, “Art and Climate Emergency”, (2019);

Não só os museus e artistas estão empenhados em trazer a sustentabilidade para os mercados de arte, também as feiras de arte e galerias o estão a começar a fazer, como é o caso de Art Basel, em que no ano de 2019 foi possível ver um crescente nas obras de arte que se relacionavam com o tema, e ainda uma conferência intitulada “*Let’s Talk About the Weather*” e uma outra “*The Carbon Footprint of Contemporary Art*”. Ainda, com menos impacto mas não menos de louvar, os estabelecimentos de bebidas e comidas da feira na Suíça não usam plásticos e as paredes e contraplacados usados nos *stands* têm vindo a ser reutilizados, como forma de *upcycling*, (reaproveitamento de objetos). Também os fornecedores das feiras têm tomado consciência do momento que vivemos e o fundador da Rokbox começou um investimento na invenção de caixas para o transporte de obras de uso regular em vez do que se fazia anteriormente, em que apenas era usada uma caixa por obra de arte e ficava depois obsoleta. Marc Spiegler, diretor de Art Basel global, diz que cada mudança conta, apesar de naturalmente as feiras não serem intrinsecamente sustentáveis, todos podem tomar medidas para mitigar as consequências (Gerlis, 2019). Dentro do movimento ambiental, é dito que os setores das artes e cultura têm um papel fundamental como acelerador da mudança, pela sua capacidade de chegar às pessoas através das emoções e crenças, oferecendo novas formas de ver problemas e possíveis soluções (Salzburg Global Seminar, 2016).

CAPÍTULO II – PAPEL DOS MERCADOS DE ARTE NA SUSTENTABILIDADE

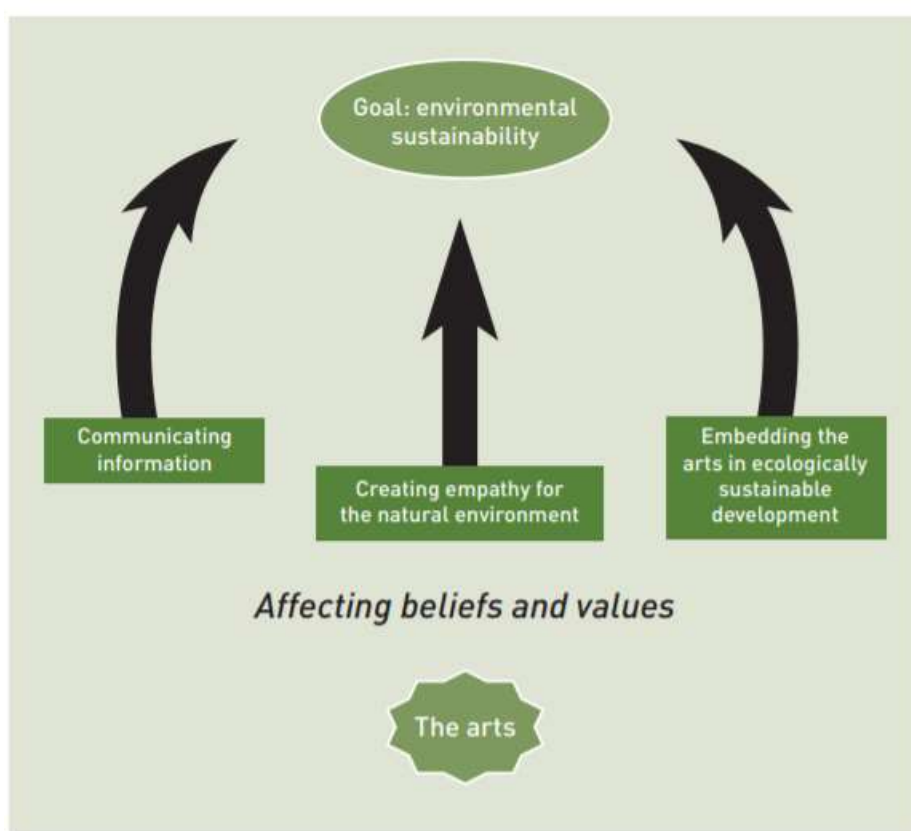
2.1 - Passado, Presente e Futuro

A arte tem um papel fundamental em moldar comportamentos e pensamentos desde cedo, é preciso compreender a arte como um fator histórico que contextualiza várias culturas ao longo dos séculos para o processo de compreensão de uma sociedade (Soares, 2017). Assim, a arte teve um percurso desde a Antiguidade até à Contemporaneidade, assim como os mercados de arte. Ao longo dos tempos, os mercados de arte foram ajustando os seus sistemas até ao que conhecemos hoje em dia, percorrendo um longo caminho até à consciencialização da necessidade de sustentabilidade e preocupação com o meio ambiente. Os mercados de arte começam a moldar-se durante o século XIX com o desenvolvimento do colecionismo de artes decorativas e a entrada em cena de grandes colecionadores norte-americanos. O paradigma para o contemporâneo, de acordo com o Professor Luís Urbano, dá-se com características fundamentais como a primazia do discurso conceptual, a transgressão permanente da fronteira entre arte e não-arte e o alargamento do campo artístico. São características importantes para a proximidade à ecologia e sustentabilidade uma vez que existe mais permeabilidade e flexibilidade dentro do campo artístico incluindo sobretudo a mudança de paradigmas artísticos e de comercialização como os *ready-mades*, as performances, o intangível e o incomensurável como é característica do *Land Art*.

Em 2014, foi feito um estudo sobre o papel das artes para a sustentabilidade (Curtis *et al*), que indica que desde Aristóteles e Platão que se menciona o impacto que as artes têm no comportamento humano, com o objetivo de provar que é possível trazer à luz os problemas ambientais através da sua representação nas artes – arte como meio de consciencialização e comunicação. O relatório sumariza as descobertas de uma década de trabalho sobre a relação entre arte e sustentabilidade. Alguns fatores importantes para a criação de comportamentos são os valores, crenças e atitudes, um indivíduo tem mais apetência para cuidar do meio ambiente se valorizar a sua representação estética através das artes (Fien citado por Curtis *et al*, 2014). Outros fatores importantes são a noção de consequências pelos atos, identidade e expressão, normas sociais e hábitos intrínsecos. Um dos mais difíceis obstáculos é o de quebrar com hábitos já existentes, mas as artes podem ser usadas como meio para atingir este fim, da mesma forma que as artes foram usadas nos anos 60 e 70 como meio de protesto alcançando novo conhecimento e conceitos que de outra forma não teria sido possível (Doyle, 2001; Robertson, 2001; Branagan, 2003; EBC, 2005; Beliore & Bennett, 2006; Kent, 2010 citados por Curtis *et al*, 2014). Este será o papel das artes no que toca à sustentabilidade, quer através das várias

práticas que vão sendo implementadas, através de legislação e normas correntes, quer através da sua capacidade intrínseca de criar canais de comunicação e conhecimento, bem como de ferramenta para o progresso.

Os resultados do relatório acima mencionado levaram a três respostas à pergunta “Qual o papel da arte nas práticas sustentáveis?”, por um lado, o de comunicar informação através da arte, a capacidade de criar conhecimento, quer para o público em geral, quer através da educação; um segundo caminho é o de criar compaixão e empatia pela natureza, estimulando as pessoas para refletir sobre o seu comportamento e a sua relação com o ambiente; por último, o desenvolvimento económico e comunitário com vista à sustentabilidade ambiental (Curtis *et al*, 2014).



Três caminhos pelos quais a arte pode levar à sustentabilidade ambiental

Fonte: Curtis *et al*, 2014

2.2 - CITES

Desde os Descobrimentos que Portugal e outros países europeus, como Espanha, França, Inglaterra e Holanda, exploraram as suas colónias, mais ricas em recursos naturais, para benefício dos Impérios. Por este motivo é o mobiliário Lusíada tão rico em materiais exóticos, explorados nas colónias portuguesas (Cabral Moncada, 2006). As conquistas da globalização

possibilitam gerar discursos críticos de reforço à cidadania, impondo a responsabilização, direitos e deveres dos agentes, desta forma, surgiram evoluções e marcos históricos no mundo da arte, que vieram trazer mais regras ao mercado, como é exemplo a Convenção de Haia, que protege o património em tempos de guerra, e a Convenção da UNESCO de 1970, (convenção relativa às medidas a serem adotadas para proibir e impedir a importação, exportação e transferência de propriedades ilícitas dos bens culturais, que obriga à reposição de objetos pilhados). Estas declarações são limitadoras, uma vez que protegem mais as antiguidades e arqueologia (Cabral Moncada, 2006). Com efeito no património cultural, assinou-se em 1973 uma convenção com o intuito de proteger a vida selvagem, a Convenção sobre o Comércio Internacional de Espécies da Fauna e da Flora Selvagem Ameaçadas de Extinção (CITES), que entra em vigor em 1975. Importa perceber que esta Convenção vai ter repercussões sobretudo nas artes decorativas e não tanto na Arte Moderna e Contemporânea.

A CITES estabelece o enquadramento legal¹⁰ em termos internacionais para que se siga mecanismos e procedimentos iguais, para a prevenção do comércio de espécies ameaçadas, e regulamentação de outras espécies, com vista à conservação e à sustentabilidade da fauna e flora. Em Portugal, é a Unidade de Aplicação das Convenções Internacionais do Instituto de Conservação da Natureza e da Biodiversidade (ICNB) quem aplica a CITES, ainda que com algumas dificuldades de aplicação que irão a debate nacional e internacional no futuro, acerca das atividades de fiscalização. A CITES já foi assinada e está em vigor em mais de 180 países do mundo a fim de regular e monitorizar o comércio de espécies, e orgulha-se de ter impedido a extinção de algumas espécies desde que se assinou a Convenção, em Washington, (ICNB, s.a.).

O grande objetivo é travar o uso destas espécies em vias de extinção e os seus derivados em objetos de decoração, de arte e objetos do dia-a-dia, construção, cosmética e indústria da moda, como por exemplo o Marfim e a Tartaruga, para que não se extingam e permitam beneficiar a vida das populações locais e do planeta. Pode-se ainda transacionar peças desde que legisladas e documentadas de acordo com as regras, mas não se pode usar estes materiais em novas peças, protegendo assim a sobrevivência destes mais de 35 mil animais e plantas.

Sem se saber o que viria a ser a crise climática da atualidade, em 1975, ano de entrada em vigor da CITES, já se dava um passo enorme na direção de práticas sustentáveis, neste caso mais direcionadas à proteção dos recursos naturais e das espécies. Como exemplo, de um modo

¹⁰ Regulamento (CE) n.º 338/97 do Conselho, de 9 de dezembro de 1996 - publicado em 3 de março de 1997: Transposição da CITES para a União Europeia;

geral, o abate de elefantes para marfim tem vindo a diminuir pelo quinto ano consecutivo, (Great Elephant Census citado por Cipriano e Rosa, 2016), no entanto, continuam a diminuir as populações de elefantes em grande parte por causa de caça ilegal, transformação de terra e desflorestação e a rápida expansão humana. O comércio ilegal de marfim tem atingido valores historicamente altos, dados do Programa da CITES de Monitorizar a Caça Ilegal de Elefantes. Este é o grande problema a enfrentar: o Tráfico de Espécies em vias de extinção, terceiro tráfico mais recorrente, depois de droga e armas e de seres humanos. Os dados mostram que se recolheram 40 toneladas ilegais de marfim em 2016, e apontam para quase o triplo em 2017. Países como os Estados Unidos e a China anunciaram o embargo total de transações domésticas de marfim, e o Reino Unido demonstrou intenções de seguir os mesmos passos (Público, 2017). Esta decisão pode parecer precipitada e sem sentido, mas a verdade é que o preço do marfim desceu a pique, cerca de 50%. As transações de objetos de materiais exóticos, como o marfim, deviam poder ocorrer para objetos já certificados e produzidos antes de 1970, ou em alguns casos 1945, mas devido ao mercado ilegal e à tentativa de contornar as leis, não se vê outra alternativa senão fazer um embargo, com conta peso e medida, destes objetos. No Reino Unido, é sugerida uma exceção para objetos de valor cultural relevante, instrumentos musicais e objetos com uma pequena percentagem de marfim (Público, 2017). É um problema que tem de ser combatido a nível global, uma vez que há países que continuam a permitir o comércio do marfim do Zimbabué e Zâmbia, como os Estados Unidos, na liderança de Trump, que recuam nas suas leis para permitir novamente a importação de troféus de elefantes e marfim, alegando que as contribuições dos caçadores furtivos ajudam na conservação ambiental e das espécies (Cardoso, 2017). De lembrar que foi no Zimbabué que o leão Cecil foi morto, a preço de ouro (Ruic, 2015).

Esta convenção foi um marco muito importante, em linha com as práticas sustentáveis, que surgiu da tomada de consciência da necessidade de proteção de animais e plantas, como madeiras inclusive- uma vez que a desflorestação e o uso de terras para plantações é um dos principais poluentes, hoje em dia. Desta forma vimos como a Sustentabilidade afetou os mercados de arte desde 1970 e continuará a afetar no futuro, com debates contra e a favor de algumas medidas, mas a nível geral com um bom desempenho, no que toca à proteção de fauna e flora.

2.3 - Land Art / Arte Ecológica

“Numa altura em que uma das principais preocupações da humanidade se prende com questões ambientais (...), a Land Art ou Earth Art como foi conhecido este movimento dos anos 1960 e 1970, torna-se, novamente, num assunto extremamente atual”

Verónica de Mello e Alda Galsterer (2020)

Desde tempos pré-históricos que o Homem se relaciona com a natureza, transformando os ambientes à sua volta ao mesmo tempo que procura perceber as forças do Planeta, as cores, imagens, padrões. Desde esses tempos, os artistas têm sido profundamente influenciados por sistemas à sua volta, desenrolando-se em movimentos artísticos com diferentes práticas e pensamentos.

Entre 1960 e 1970, surge um movimento artístico centrado na natureza, preocupado com a mensagem subjacente- *Earth Art* ou *Land Art*- transmitindo mensagens importantes quer através do que representa, quer através dos materiais usados e o seu impacto na natureza. Este foi o primeiro movimento sustentável, quer em conteúdo, quer em forma, pelo uso de materiais encontrados na natureza, como madeira, pedras e areia. Este movimento, filho de outros movimentos anteriores que se preocupavam também com questões ambientais, que, apenas pelo conteúdo e não pela forma faziam menção à natureza, engloba desde interpretações históricas da natureza na arte, trabalhos motivados por pensamentos ecológicos e políticos ou até arte que celebra a ligação do artista com a natureza. O pioneiro deste movimento intitulado *Land Art* ou *Earth Art* foi Robert Smithson¹¹, sendo a sua obra mais conhecida *Spiral Jetty* (1970), mas também Richard Long¹² deixou legado neste movimento artístico.

¹¹ Robert Smithson (New Jersey, 1938-1973)

¹² Richard Long (Bristol, 1945)



Robert Smithson, Spiral Jetty, 1970 (Great Salt Lake, Utah)

Fonte: Holt-Smithson Foundation

Podemos associar estes pensamentos sustentáveis a muitos artistas ao longo dos séculos, com a sua preocupação em pintar paisagens naturais e o crescimento das cidades e da indústria de modo negativo, mas foi a partir do século XXI que se conceptualizou cada vez mais esta forma de arte, tomando como inspiração as várias correntes anteriores- respeitando o meio ambiente, apelando para a reciclagem com o uso de materiais diferentes, passando mensagens filosóficas com base nos princípios da sustentabilidade. Pode ser confuso entender os vários movimentos centrados em questões ambientais e da natureza, sendo sem dúvida o mais conhecido e abrangente o *Land Art*, a que lhe precedeu o *Environmental Art*, e seguiu o *Green Art* e *Eco Art*, mas o que lhes é sempre comum é a centralidade no ambiente. Algumas universidades de *Fine Arts* começam até a oferecer cadeiras de práticas sustentáveis, para que a nova geração de artistas tenha as ferramentas necessárias para adaptar a sua criatividade às necessidades do planeta.

Alguns artistas que têm vindo a brilhar no campo das expressões artísticas focadas na sustentabilidade e ambiente são, por exemplo, Eve Mosher¹³ (que colocou telhados floridos em mais de mil edifícios em Manhattan e Brooklyn), Mary Miss¹⁴ (que demarcou edifícios com o

¹³ Eve Mosher, artista norte-americana, conhecida por *HighWaterLine* em 2007.

¹⁴ Mary Miss, nascida em 1944, preocupa-se essencialmente com causas sociais.

nível de água das últimas inundações, mostrando a necessidade de se precaverem para próximas catástrofes). Este tipo de arte não tem regras simples ou um modo de a identificar, da mesma forma que outros movimentos têm, mas tem em comum o facto de por as pessoas a pensar num mundo mais ecológico e refletirem um problema social e ambiental. Relaciona-se assim com os percursos discutidos no relatório de Curtis (2014), quer de criar empatia com o meio ambiente, quer de comunicar informação pertinente.

Com a chegada do novo milénio, os artistas começaram a preocupar-se cada vez mais com a sua pegada ecológica, tomando consciência do seu impacto social e ambiental, como o exemplo da arquitetura sustentável, que procura aproveitar os recursos naturais envolventes para otimizar as suas criações e diminuir o impacto ambiental, o qual se liga com o terceiro e último percurso de se relacionar com o desenvolvimento sustentável (Curtis *et al*, 2014).



Olafur Eliasson – *Waste of Time*, Place du Panthéon, fonte: olafureliasson.net

Olafur Eliasson mostra-nos, através do seu projeto *Waste of Time*, que a sua arte é para responsabilizar- criou uma instalação de pedaços caídos de um glaciar na Islândia, para por o comportamento humano e as suas consequências face ao aquecimento global em causa. Este artista, em conjunto com outros nomes como Shepard Fairey e Tomás Saraceno, encheram a cidade de Paris com instalações como parte de uma iniciativa, para que a ONU, em reunião em Paris, tomasse ações sobre o aquecimento global. *Iceberg*, de Olafur Eliasson, é também um exemplo de arte para a sustentabilidade deste artista, para chamar à atenção, criou também a série *Ice Watch*, onde coloca icebergs, de igual forma, em Londres (Christie's, 2019). Também o artista John Gerrard, já mencionado anteriormente, criou uma instalação que refletia a emergência de energias renováveis, que acabou por ser comprada pela Fundação Leonardo DiCaprio, e doada ao *Los Angeles County Museum of Art* (LACMA, 2018). A grande importância destes artistas é o facto de usarem a sua arte para falar de temas relevantes para

salvar o planeta, enquanto ativistas protestam com palavras, artistas protestam através do visual. Este tipo de trabalhos está em crescimento, como analisa a leiloeira Christie's num artigo centrado no "Environmental e Green Art", com data de 2019, e é esperado que continue em crescimento já que continuamos a enfrentar questões climáticas. Julie Reiss, Diretora do Mestrado de Arte Moderna e Contemporânea da Christie's diz que a arte tem um papel importante em consciencializar, oferecer soluções diretas e ajudar a imaginar um mundo em que estas questões ambientais não existam¹⁵.

Environmental Art que também se centra em objetos artísticos ou obras de arte que têm como intuito de fazer parte de um enaltecer de questões ambientais, ao mesmo tempo que marcam pontos importantes em questões de conservação do planeta. *Environmental Art* consolidou-se nos anos 50 e 60, no mundo ocidental, com a divisão de relações entre homem, natureza e problemas ambientais. Este movimento artístico é mais um ramo da grande árvore que é a *Land Art* (Martinique, 2016). A grande diferença está no tom político que esse movimento perpetrava, ao invés dos próximos movimentos que nele tiveram influência- *Land Art*, *Conceptual Art*, *Earth Art*. Ultimamente, assistimos a um crescimento de expressões artísticas que se focam no ambiente e arte de "sustentabilidade" e, por isso, chegamos também a um movimento chamado *Green Art*, (Christie's 2019). *Green Art* é uma prática que usa materiais não tóxicos, e amigos do ambiente, apresentando os trabalhos também num ambiente ecológico ou muitas vezes natural – já é uma forma mais extrema de produzir e apresentar consoante os lemas da *Environmental Art*. Anos depois, nos anos 60, um grupo de artistas experimentava com formas de responder às questões ambientais, ao invés de pintarem a paisagem, usavam-na como tela para os seus trabalhos – grandes instalações na paisagem deram a conhecer ao mundo a *Land Art*, ou como também é conhecida, *Earth Art*. Esta alteração de dinâmica representa o pensamento vanguardista dos artistas para com a escultura e a relação com a paisagem que nos envolve, representando muitas vezes a efemeridade destas paisagens. Estes artistas, como De Maria, Robert Morris e os acima mencionados Smithson e Long, mais desligados da dimensão económica do mercado, não criam obras para venda em galerias, normalmente, portanto a sua fonte de financiamento é muitas vezes proveniente de fundos, com objetivos semelhantes de difundir as preocupações com o meio ambiente. Fundações como a *Dia Art Foundation*, dona de obras como *Spiral Jetty* e *Lightning Field*, (principais obras de

¹⁵ "Art has an important role to play in raising our awareness of environmental issues, offering opportunities for direct action and helping us to imagine other worlds and possible futures." J. Reiss.

Land Art, por Smithson e De Maria), estão a começar a trabalhar cada vez mais com artistas para explorar estes temas e financiar projetos ambiciosos.

Numa altura em que as preocupações se predem com questões climáticas, ambientais e de preservação do nosso planeta, torna-se um assunto extremamente atual e apesar da *Land Art* ter deixado de ter expressão como nos anos 70, as suas preocupações continuam muito patentes nas obras dos artistas contemporâneos. Em Portugal, temos nomes como Alberto Carneiro, Vasco Araújo, entre outros.

A *Land Art* pode ser considerada uma primeira experimentação trazendo luz à nossa noção de perceção do ambiente como conceito. Este tipo movimentos artísticos foi evoluindo cada vez mais, no século XXI, até chegar à *Eco Art*, tentando cada vez mais consciencializar o público, criar diálogo, mudar comportamentos e encorajar o respeito pelo meio ambiente, que tanto precisamos nesta fase de crise ambiental. *Eco Art* foi um movimento concebido nos anos 90 com o intuito de praticar valores ligados à ética ecológica tanto em forma como em materiais e ganhou atenções redobradas graças ao estado de crise da situação atual de um desenvolvimento desenfreado que não atenta a valores ambientais e ecológicos (Kagan, 2014). As práticas deste género artístico podem ser muito diferentes entre si, mas todas podem ser contributivas para a complexidade do estudo das práticas sustentáveis: algumas intervenções podem ser diretamente na natureza (“*ecoventions*” – *ecological interventions*)¹⁶, enquanto outras podem ser menos materiais e intervencionistas e focarem-se mais em expandir o conhecimento e a consciência para a sustentabilidade. Este tipo de arte tem a capacidade de moldar comportamentos e práticas para lá dos domínios normais, adotando abordagens mais pragmáticas e plurais que são fulcrais no debate sobre as alterações climáticas e a necessidade de se agir para práticas sustentáveis, mostrando-nos a capacidade que a arte tem em criar diálogo.

Ao olharmos para o plano nacional, consideramos que o mercado de arte em Portugal está plenamente integrado no mercado de arte global, no entanto, tem especificidades distintas, havendo preferências diferentes e consumos mais típicos. Atendendo ao que de melhor se pratica no mercado global, Portugal parece também seguir os mesmos passos, sobretudo no que abrange a sustentabilidade, soando o nome Bordalo II como o de melhor jovem artista português com práticas sustentáveis e de cariz ambiental, que criou uma série de instalações intitulada *Big Trash Animals*, animais criados a partir de lixo responsável pela sua extinção e destruição- Bordalo II espalha pelas ruas das cidades mais cosmopolitas do mundo animais feitos de lixo.

¹⁶ “Ecoventions” – Amy Lipton, Sue Spaid, Patricia Watts.

Nascido no seio de uma geração consumidora, materialista e garganeira, que tudo quer e nada devolve ao mundo, define-se como um artista que pega no lixo e o transforma, associando-o à sustentabilidade, ecologia e ambientalismo- “O lixo de uns, é o tesouro de outros”¹⁷. Utiliza a inquietação que sente com o que se passa no mundo como motivação para as suas instalações, normalmente são figuras de animais com vários metros de altura, feitas inteiramente de lixo, de desperdício humano, o qual critica fortemente, já que os homens fazem lixo a uma velocidade alarmante e sem indícios de um fim à vista, proporcionando uma impossibilidade futura de vida na Terra. Desde que começou a trabalhar com este tipo de material, já utilizou mais de 28 toneladas de detritos, e afirma que arranjar mais material, ou seja, lixo, nunca é problema. O artista dá vida ao lixo para, no fundo, falar da sua existência. Utiliza técnicas de *graffiti*, de soldagem, de pintura e escultura para criar impacto visual. O que chama realmente a atenção do público é o facto de as suas instalações serem efémeras, duram máximos três anos sem se detorarem, mas a beleza da sua arte está precisamente aí, uma vez que o próprio lixo nas cidades tem o mesmo fim, de destruição, de ser incorporado na vida da cidades e dela já fazerem parte- exemplo da sua instalação no *LX Factory*, em Lisboa, *Bee*, em que as trepadeiras estão a envolver o lixo como parte integrante da parede. Bordalo II utiliza a sua arte como mensageira de um flagelo da humanidade, uma vez que a arte serve de conceptual moral do setor cultural e criativo, atua quase como publicidade para este problema de poluição nas cidades, que aumenta à medida que a cidade cresce e a população se multiplica.



Bordalo II-“Bee” , LX Factory, Lisboa

Fonte: Bordalo II website

A Câmara Municipal de Cascais promove, desde 2009, um festival de *Land Art* em Cascais, passando já por vários locais desde o Parque Marechal Carmona à Quinta do Pisão. Na edição

¹⁷ “One man’s trash, is another man’s treasure”, Bordalo II

de 2009, “os artistas portugueses desenvolveram obras especialmente para esta mostra: Susana Neves apresentou uma exposição de fotografia, e Alberto Carneiro várias instalações artísticas. Já Hamish Fluton, o "artista caminhante", apresentou o seu livro “Via de la plata”, que retrata, através de registo fotográfico, a travessia da Extremadura.”, como se pode ler no catálogo da exposição produzido pela Câmara. A 2ª edição teve a presença de artistas como Cristina Ataíde, Joaquim Pombal e Marisa Alves, João Castro Silva, Manuela Pacheco, Meireles de Pinho, Paulo Neves e Susana Anágua, reiterando a possibilidade de um projeto desta natureza. Em 2011, para acompanhar o festival, ainda estiveram presentes no Centro Cultural de Cascais, obras de Robert Smithson (cedidas pelo Institut Valencià d'Art Modern), nomeadamente as peças *Pierced Spiral* (1973), *Spiral Hill* (1971) e o vídeo *Spiral Jetty* (1970). Realizaram-se edições anualmente, incluindo no ano de 2020 de Julho a Setembro, “Tal como sucedia na altura, também hoje os artistas saem dos lugares específicos de apresentação da arte contemporânea para alargarem a sua esfera de ação à paisagem e ao mundo, e por esta via chegarem a públicos que, de outra forma, nunca conseguiriam contactar”, escreve a Fundação D. Luís I.

2.4 - Práticas sustentáveis nos Mercados de Arte

Começa a fazer sentido uma das várias medidas da ONU para a Sustentabilidade, de prática individual, para o não uso de plásticos descartáveis, que Tadashi Kawamata¹⁸ protagoniza na sua instalação *Over Flow*, exibido no MAAT até Abril de 2019- uma instalação que procura ilustrar como se estivéssemos debaixo de água e olhássemos para cima, veríamos toda a poluição presente nos oceanos, por culpa da ação humana. “A materialização de um dos mais graves problemas ambientais enfrentados neste momento na Terra”, (Rato, 2019).

Numa conferência em Março de 2020, juntaram-se figuras do mundo das artes para decidir que práticas podem trazer mais sustentabilidade aos mercados (Rea, 2020). Uma das figuras presentes foi Frances Morris, Diretora do Tate Modern, que no ano passado anunciou um plano ambicioso para a sustentabilidade do Museu e disse “There was a moment when we had to offer some companionship, leadership, and understanding, and to create a context for the visual arts sector to begin to move forward” (Chegou um momento em que devemos oferecer compaixão, liderança, e reconhecimento criando um contexto para o setor das artes visuais evoluir).

¹⁸ Tadashi Kawamata (Japão, 1953).

Também Lucia Pietroiusti, curadora da Serpentine Galleries de “*General Ecology*”¹⁹, explicou que fundou uma iniciativa similar para contaminar as instituições a seguirem os mesmos passos e se aproximarem de um modelo de instituição sustentável. As conclusões a que se chegou foram que as instituições deveriam começar a contabilizar valores de emissões, para que consigam perceber o que é necessário cortar, através de modelos de *data*, uma vez que se entenda as emissões de poluição, podem começar a diminuir a sua pegada, em alturas que isto não seja possível, podem balançar as suas emissões ao doar para iniciativas como de plantação de árvores, aumentando as emissões de O₂, neutralizando as emissões de CO₂. Outros exemplos passam por usar um método de “*car pool*” (quando pessoas se juntam num mesmo carro para um mesmo local), para transportar as obras de arte; ou mesmo usar caixas transportadoras para várias obras em vez de usar uma para cada obra que não seja reutilizável. Sobretudo é importante que se inteirem nos 3 R’s - que as famílias há muito conhecem - reutilizar, reciclar e reduzir. Outra ideia que surgiu da conferência “*We Make Tomorrow*” foi a de apostar em exposições com temas ligados ao ambiente, para trazer mais atenção ao tema. Mais que tudo, percebeu-se que o mundo da arte não pode continuar a operar da mesma maneira, e é necessário atualizar modelos de negócio e desafiar o *status quo* para se tornar sustentável, diz Morris.

Um outro exemplo de práticas sustentáveis nos mercados de arte é a criação de fundações, associações e instituições que tenham no seu *core* ideais e valores para a sustentabilidade, como a já mencionada *Leonardo DiCaprio Foundation*, uma fundação que apoia projetos por todo o mundo que “construam resiliência climática, protejam vidas selvagens vulneráveis, e restitua o balanço dos habitats naturais das espécies”, como se pode ler no *website* da fundação.

¹⁹ General Ecology is the Serpentine’s long-term and ongoing project researching complexity, posthumanism the environment and climate change. General Ecology manifests through publications, exhibitions, study programmes, radio, symposia and live events bringing together practitioners from the fields of art, design, science, literature and anthropology, among many others.

CAPÍTULO III – PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS NOS MERCADOS DE ARTE

3.1- Análise de Práticas (Feiras, Bienais, Galerias)

Como já vimos, é nestes eventos que convergem todos os agentes dos mercados de arte. Nas feiras de arte, temos os galeristas, os colecionadores e curadores enquanto nas bienais continuamos a ter o público dos mercados de arte, mas de um ponto de vista mais institucional do que comercial (Melo, 2012), ambos a apostar mais no global que no local. Por outro lado, apesar das galerias estarem presentes em feiras, com os seus *stands*, também elas desempenham um papel de eventos dos mercados de arte, quando têm exposições dos seus artistas, ainda que de um prisma mais local e não global. Por este motivo, são estes eventos importantes enquanto triângulo – Feiras, Bienais e Galerias – dado que são eventos que mexem com público dos mercados de arte e apresentam obras de artistas. Neste sentido, é preciso perceber em que moldes podem tornar-se mais sustentáveis e pró-ativos no que toca a práticas, uma vez que são eventos com muito público que se desloca em exclusivo para estar presente. Será o apostar na regionalização em vez de globalização? Ou mesmo apostar no local? Estará a resposta no *online* em detrimento do físico, ou poderá haver um misto?

Os exemplos para analisar esta dicotomia são, por um lado, o triângulo já mencionado de Feiras, Bienais e Galerias, que neste caso poderão ser mencionados como dealers para poder incluir tanto o primeiro como o segundo mercado (leiloeiras), e também os dealers independentes e *art advisors*. Por outro lado, é dado um enfoque aos museus no pós-Covid e não tanto no pré-Covid já que o seu funcionamento é bastante regular e idêntico e apenas interessa o que acontece no pós pandemia, com as alterações das suas dinâmicas e com a situação da empregabilidade e a aposta no *online*.

3.1.1 - Pré Covid-19

É importante perceber como o mundo dos mercados de arte funcionava, antes da pandemia, quer o panorama das feiras de arte, que se espalham pelo mundo de forma quase exponencial, do ponto de vista global, quer das galerias, do ponto de vista local. Bem como o funcionamento de museus e bienais do ponto de vista institucional e não comercial.

3.1.1.1 – Feiras, Bienais e Dealers

Segunda terça-feira de junho, não há outro sítio para estar que não na Suíça, rodeados de colecionadores que valem milhões, mas que tentam quebrar as regras para ser os primeiros a entrar no recinto. A feira *Art Basel* tem tanta importância que todos querem participar, mas

apenas as mais prestigiadas galerias conseguem, é esta a descrição de Thornton (2008). Samuel Keller, diretor da feira, tem uma estratégia que contribui para afastar outras feiras menos importantes e fazer crescer a Basel, em redor de feiras internacionais é normal existirem sempre eventos e feiras satélite que se aproveitam do momento em que todos os colecionadores vistam a cidade. São 300 *stands* de galerias distribuídos por dois pisos, num edifício especial para a Feira. Começou como um *flea market* e tornou-se na feira mais respeitada: “Se vamos atrás de arte e qualidade, o dinheiro segue”²⁰ (Keller citado por Thornton, 2008). Mera e Don Rubbel são um casal que Thornton acompanha na *Art Basel*, um casal de colecionadores que sente privilégio e não sacrifício em poder colecionar, arte já faz parte do portefólio de investimentos de muitos colecionadores, há aqueles que o fazem pela especulação, há quem o faça com propósito de colecionar arte. Barbara Gladstone é uma das galeristas com um *stand* na feira, tenta colocar as obras em colecionadores e não especuladores, mas diz ser cada vez mais difícil com a expansão do mercado. Não existem vendas difíceis, mas sim compras, aqui é o comprador que tem de se vender bem, para poder levar a obra para casa, sobretudo quando há muitos interessados- o galerista consegue manipular a reputação do artista através de quem possui ou não uma obra. O sucesso de uma galeria mede-se pelas carreiras em desenvolvimento dos seus artistas, colecionadores vão e vêm, mas os artistas ficam (Thornton, 2008). Antes as galerias eram nacionais, mas agora não há galerista que não mostre artistas de outros países. Podemos analisar isto também pela proliferação de feiras internacionais, com cada vez mais nacionalidades presentes, mas não podemos dizer que sejam efetivamente globalizadas, já que há sempre um peso regional significativo. Nicholas Longsdail, da Galeria Lisson, aposta nos artistas com carreiras mais sérias e sólidas e não nos artistas que estão na berra, nos seus cinco minutos de fama. Distingue-se dos galeristas que só querem vender, por descobrir e promover artistas. Admite que não há regras para ser galerista, podem focar-se no artista, na curadoria ou na coleção. É preciso ter-se olho e intuição para se ser um bom *dealer* ou colecionador. É no contexto da feira que podemos ver o mercado em ação, temos de um lado a oferta, representada pelos galeristas, que batalham para poder ter um espaço na feira, e do outro a procura, os colecionadores, dealers e consultores. É aqui que todo o mercado se encontra (Thornton, 2008).

Uma Bienal é uma exposição celebrada de 2 em 2 anos, com o intuito de capturar o momento global artístico em que se vive. Apesar de várias instituições museológicas celebrarem também bienais e trienais, não são a mesma coisa, uma vez que uma verdadeira Bienal tem de ter como anfitrião uma cidade. Desde 1985 que a Bienal de Veneza se

²⁰ “If you go after art and quality, the money will come after”

transformou no que outrora eram feiras e salões na mais prestigiada Bienal internacional do mundo (ainda que seja maioritariamente pan-europeia). Ao contrário das feiras, que estão divididas por galerias, as bienais estão divididas por países e géneros. Existe um pavilhão principal e pavilhões por países, um curador principal que reúne as melhores peças de arte contemporânea para expor, este é o trabalho mais ambicionado pelos curadores. Para cada pavilhão nacional é escolhido um artista para representar o país, enquanto para o pavilhão internacional é o curador que faz uma seleção das obras, por este motivo tem tanta importância no evento (Thornton, 2008).

Dados do Relatório de Art Basel (McAndrews, 2019) relatam que, em média, dealers vão a 4 feiras anuais em 2018, uma a menos que em 2017 e 2016. As feiras de arte continuam a ser o centro das atenções dos negociantes, nas últimas duas décadas tem havido um crescimento no interesse pelos eventos deste género. Em 2000, existiriam cerca de 55 feiras internacionais estabelecidas no mercado, crescendo drasticamente para quase 300 em 2018, adicionando-se ainda as feiras regionais e locais (McAndrews, 2019). Estes valores resultam num sistema sobrepovoado, numa expansão muito superior ao que o mercado pode suportar, com feiras quase todas as semanas do ano (Dee, 2019). Ainda assim, acredita-se que o número de feiras tenha chegado ao seu limite e que, a partir de agora, comecem a ser consolidadas apenas as mais importantes, decrescendo o número de eventos anuais, que pode ser vantajoso para os mercados de um ponto de vista sustentável, já que haverá menos eventos a decorrer a nível internacional, o que levará a menos viagens e deslocações em massa. Isto acontece devido ao termo *Context Collapse*, do académico Michael Wesch (2009), que acontece quando as feiras crescem demasiado rápido e deixam de conseguir conter em si mesmas as oportunidades e o *engagement* que tinham anteriormente. E este ponto pode ser facilmente justificável quando analisamos os dados de feiras feitas por dealer por ano, em decréscimo, ou seja, estão a consolidar as feiras que valerão mesmo a pena e focar os esforços em menos eventos anuais. Naturalmente, os colecionadores preferem visitar estes espaços uma vez que possibilita o contacto com várias galerias e dealers num mesmo momento, ao invés de visitarem cada galeria localmente (Dee, 2019), e as galerias apercebem-se disso, tornando-se mais seletivas na participação em feiras onde possam ter um maior retorno e *engagement* com o colecionador.

Existiu, em tempos, uma mudança do modelo de negócio prevalente dos mercados de arte, baseado no local, nas galerias, para o internacional, catapultado pelas feiras internacionais, que pode ser explicado em parte pela melhoria da comunicação, da internet e dos preços mais baixos das passagens aéreas (Mun-Delsalle, 2016). Bem como o recurso à internet, que possibilita a consulta de um maior número de peças, sabendo os preços e especificações no momento de

forma conveniente. A mudança do modelo de negócio pôs em risco várias galerias locais, uma vez que os colecionadores preferem visitar feiras com mais oferta (Dee, 2019), estes locais oferecem publicidade aos dealers, um maior número de visitantes e a promessa de que a compra é boa, por estar apresentada numa feira internacional, ao mesmo tempo que é possível comparar preços de forma muito mais rápida que numa galeria local (Howard, 2009).

Apesar da suposta fadiga das feiras de arte, o número de visitantes tem vindo a aumentar nos últimos cinco anos, como exemplos, a *Frieze London*, *Art Basel Hong Kong*, e a feira mais visitada *ARCO Madrid*, com 100 mil visitantes, sem contar com os números de visitantes da feira com o mesmo nome em Lisboa, que inaugurou em 2016 com 11 mil visitantes, dados do Relatório Art Basel (McAndrews, 2019). Estes eventos trazem uma grande afluência ao local em que se realizam, trazendo turismo com grande poder de compra, fomentando os negócios locais como hotéis, restaurantes e outras instituições culturais, como museus.

Ao longo dos últimos anos, o número de visitantes em feiras tem-se alterado (Gráfico 3.1.1), que pode trazer vantagens do ponto de vista sustentável. Vejamos o exemplo da feira TEFAF Maastricht que perdeu 4% dos seus visitantes. No entanto, este valor pode ser justificado por ter aberto outras duas feiras, em Nova Iorque, uma na primavera e outra no outono, o que possibilita aos colecionadores deslocarem-se a estas feiras, mais perto, em vez de irem à primeira, de um ponto de vista sustentável, é positivo que aconteça pois fomenta a regionalidade e uma diminuição de deslocações aéreas poluidoras (McAndrews, 2019). Apostar no local e na regionalização é também algo já feito por alguns galeristas e organizadores de feiras, como o caso da *Art Fair Tokyo* que em vez de aspirar ao internacional, aposta em experiências locais (Mun-Delsalle, 2019).

Fair	1 st Edition	Visitors 2018	Visitors 2017	Change 2017-2018	Visitors 2013	Change 2013-2018
ADAA: The Art Show	1989	Not published	15,000	n/a	20,000	-25%*
ARCOmadrid	1982	100,000	100,000	0%	150,000	-33%
Armory Show	1994	65,000	65,000	0%	60,000	8%
Art Basel	1970	95,000	95,000	0%	86,000	10%
Art Basel Hong Kong	2013	80,100	80,000	0%	60,000	34%
Art Basel Miami Beach	2002	83,000	82,000	1%	75,000	11%
Art Berlin	2008	35,000	32,000	9%	28,000	25%
Art Brussels	1968	24,000	25,500	-6%	30,432	-21%
Art Cologne	1967	55,000	52,000	6%	60,000	-8%
Artissima	1994	54,800	52,000	5%	50,000	10%
BRAFA Art Fair	1956	64,000	61,250	4%	48,000	33%
EXPO Chicago	2012	38,000	40,000	-5%	30,000	27%
FIAC	1974	75,000	73,910	1%	74,567	1%
Frieze London	2003	67,800	62,780	8%	40,000	70%
Frieze Masters	2011	42,400	40,565	5%	26,000	63%
Frieze New York	2012	41,800	34,200	22%	45,000	-7%
Masterpiece	2010	51,000	44,000	16%	34,000	50%
Paris Photo	1997	68,876	64,542	7%	55,239	25%
TEFAF Maastricht	1988	68,271	71,066	-4%	70,517	-3%
viennacontemporary	2012	30,863	29,767	4%	22,963	34%

Gráfico 3.1.1 – Número de Visitantes por Feira

Fonte: Relatório Art Basel

O futuro das feiras internacionais tem sido um tópico amplamente discutido, enquanto os organizadores e os dealers têm notado uma fadiga das feiras com um calendário preenchido, as feiras continuam a ser o melhor canal de vendas e difusão de informação para as galerias. Alguns dizem, até, que este frenesim não se cinge às feiras, mas sim ao mercado no geral. A era das feiras de arte não mostra sinais de desaparecer, ainda que se foquem em modelos regionais, modelos híbridos e abordagens mais criativas e colaborativas (McAndrews, 2019).

O mundo *online* tem vindo a ganhar campo e expressão nos mercados de arte, isto inclui vendas através de websites de dealers e leiloeiras, plataformas, ou mesmo vendas exclusivas *online*, ganhando 9% de expressão da totalidade de vendas dos mercados de arte, em 2018, analisando dados do Relatório Art Basel, expectando-se que alcance 21% até 2021. É de esperar que os consumidores comecem a comprar arte como compram tudo o resto, através da internet, e mais ainda que a grande força consumidora sejam os *millennials* e *GenZ*, (McAndrews, 2019). E mais, é de esperar que este seja um modelo em crescimento e que caracterize o futuro dos mercados de arte.

Um ponto importante a frisar no momento pré-Covid é os movimentos que se faziam sentir já em prole de um mercado de arte mais verde, mais ecológico e sustentável, como já foi exemplo a *Art Basel* (Gerlis, 2019) e como exemplo agora a *Frieze*, que utilizou energia biodiesel, feito de óleo vegetal, e que tem como objetivo reduzir as emissões de dióxido de carbono em 90% (Rea; Pes, 2019). São muitos os dealers que também caminham neste sentido,

como Thaddaeus Ropac que privilegia o transporte por barco em vez de avião, e já utiliza caixotes reutilizáveis para mais obras, em vez de os fabricar especialmente à medida e deitar fora.

3.1.2 - Covid-19

A pandemia causada pelo Coronavírus obrigou milhares de instituições culturais e comércio dos mercados de arte a adaptarem-se à nova realidade do confinamento e distanciamento social. Os museus enfrentaram uma difícil tarefa de fechar as portas ao seu público e instituições como MoMA e LACMA fecharam portas sem data de regresso (Keats, 2020). A resposta foi a tecnologia e o virtual, a possibilidade de onde quer que estejamos podermos ver e interagir com arte, chegando até a surgir o *hashtag* #museumfromhome, demonstrando a grande tendência (Kite-Powell, 2020). Através do *online* pudemos visitar museus e coleções como: Musée d'Orsay em Paris, Rijksmuseum em Amsterdão, Cleveland Museum of Art com 61 mil obras disponíveis em coleção virtual, The Uffizi, Tate Modern, Museo Nacional de Antropología, Louvre, e tantos outros.

O Google (Google Arts & Culture) disponibiliza há já vários anos uma forma de visitar museus virtualmente, tal como faz com o *street view* dos mapas. Durante o confinamento, foi esta a forma tornada possível de se continuar a visitar os espaços culturais, contando com mais de 500, juntando-se vídeos com visitas guiadas e entrevistas a curadores (Keats, 2020). Podemos tirar partido deste momento para treinar os museus e instituições para situações em que prevaleça o virtual ao físico, possibilitando práticas sustentáveis e de redução da nossa pegada, assim como o *online* e *e-commerce* têm vindo a possibilitar. Este momento deve ser aproveitado para testar oportunidades e experimentações como formas alternativas de chegar a grandes públicos sem necessidade de presença física (Keats, 2020). As várias instituições estão mais ativas *online* que nunca, a testar criatividade, a criar experiências virtuais, e chegar às redes sociais (Kite-Powell 2020). Existe uma grande aposta na programação virtual, e na difusão de conteúdos.

Guta Moura Guedes para a Revista do Expresso (2020), enuncia e elabora sobre a atualidade –

“Nestas longas semanas de confinamento o mundo da cultura foi obrigado a parar totalmente. (...) O universo cultural sofreu tremendo impacto com a covid-19. Os espaços culturais fecharam, eventos e projetos foram cancelados, as encomendas pararam., (...) este vírus obrigou os atores do plano cultural a iniciarem um esforço enorme para continuarem ativos, não só por eles próprios, mas também, e muito, pela

necessidade da atividade cultural para o bem comum. Foram, em imensos casos, atos de pura generosidade e que revelam bem quão proactiva é esta área. Durante o meu confinamento iniciei um mapeamento do ‘estado da cultura’ em cidades pelo mundo fora, registando os cenários enfrentados, as soluções criadas e as ideias para o futuro pós-covid-19. Ainda está em curso, mas sei já que são muitas as semelhanças entre as cidades, de Berlim a Chicago, de Deli a Milão, de Hong Kong a Nova Iorque e Londres. De todas as estratégias que quer instituições, quer indivíduos, empresas, ateliês, associações desenvolveram, a principal foi o reforço da comunicação e a disponibilização de conteúdos através das plataformas *online*.”

Tal como enunciado, as maiores diferenças entre um período anterior e o período atual que se vive, advém do facto de estarmos confinados, de as instituições e espaços culturais estarem encerrados (ao público e aos trabalhadores – que foram obrigados a teletrabalho), daí surgem as iniciativas de disponibilizar conteúdos, como exposições, feiras de arte e leilões, através das plataformas *online*.

“Os emissores culturais redesenharam expressivamente a forma de apresentar os seus conteúdos e passaram ainda a partilhar arquivos e eventos em processo de desenvolvimento. *Designers* e arquitetos criaram soluções para combater o vírus, artistas, escritores, músicos, poetas e tantos outros partilharam as suas criações e, em rede internacional, colaboraram para tornar estes dias ‘possíveis’. Os exemplos pelo mundo fora de como esta área, sem barreiras nem fronteiras, se reinventou são caminhos para muitos outros sectores. Mas, acima de tudo, reforçam o valor da cultura como um dos pilares da nossa sociedade”.

3.1.2.1 – Feiras, Bienais e Dealers

Feiras internacionais canceladas ou adiadas, o que está a tornar-se popular são as salas de *viewing online*. Galerias como Gagosian, uma das mais prestigiadas galerias no mundo, e até portuguesas como Galeria Nuno Centeno, já se faziam valer desta funcionalidade antes do confinamento. A Gagosian viu as suas vendas *online* aumentar em 350% no primeiro ano de lançamento em 2017 (Gagne, 2020), é ainda uma percentagem pequena no total das vendas, ainda assim promete ser espaço de crescimento e uma boa aposta. A diretora da galeria Allison McDonald diz que já se provou que os colecionadores estão dispostos a comprar *online*, isto porque desta forma a obra está disponível a qualquer pessoa, em qualquer parte do mundo. Também a leiloeira Sotheby’s está a apostar no virtual, tendo comprado um programa de

inteligência artificial com o intuito de perceber os padrões de compra dos seus consumidores (Gagne, 2020).

Num momento em que as portas estão fechadas, chegou a altura de explorar novas alternativas e possibilidades nas artes. Por agora, o *online* ainda não traz lucro às instituições não comerciais, não traz mais que reconhecimento e publicidade, mas é um *turning point* que pode ser feito. É possível e deve ser feito já que, dados do MET, ilustram que o tráfego nas páginas web da coleção, já disponível antes, disparou, assim como o *Instagram*, com um aumento de 95%, e 57% no *Twitter*, demonstrando a vasta possibilidade de crescimento através dos canais *online*. O tráfego dos visitantes é um indicador de interesse e popularidade, mas não um indicador das suas vendas efetivas, sendo um desafio converter estes visitantes em compradores (McAndrews, 2020).

No entanto, este modelo tem de ser estudado e melhorado para melhor satisfazer os objetivos das feiras. No que toca a galerias, com os *viewings online*, é possível analisar qual a convertibilidade de tráfego online que efetivamente leva a vendas, mesmo que não em online, as pessoas podem sempre marcar uma data e hora para ver a obra no espaço da galeria. Mas para feiras é mais complicado, dá-se o exemplo da ARCOLisboa, feira internacional com localização em Lisboa, com produção da Ifema que também produz a ARCOMadrid. A feira de Lisboa decidiu remarcar a então cancelada versão física, para um molde *online* que durava quatro semanas, em vez de três dias. Foi uma colaboração com a Artsy, que durou de 20 de Maio a 14 de Junho.

“Através da plataforma artsy.net, associada ao ‘site’ da feira, os agentes e representantes de instituições, assim como colecionadores de arte contemporânea tiveram acesso à seleção de obras que cada galeria participante preparou para este projeto digital.” (Visão, 2020).

A revista Visão apresentou logo no dia 15 uma revisão dos resultados obtidos pela feira, no entanto esperam-se resultados oficiais. A Visão avança que foram gerados mais de 500 contactos entre visitantes *online* e as mais de 70 galerias presentes na plataforma, e que recebeu mais de 120 mil visitas. Nuno Centeno foi um dos galeristas presentes, com a sua Galeria Nuno Centeno, com base no Porto, que, como vimos antes, já se servia das exposições *online*, através do site da sua galeria. Ainda não foram divulgados números oficiais de vendas por parte das galerias presentes, sendo efetivamente mais difícil avaliar a rentabilidade de transformar uma feira física em *online*, mas no que toca a números de visitantes estes foram superiores. O exemplo da ARCOLisboa pode ser usado para perceber a vantagem do *online*, já que a edição de 2019 recebeu 11 mil visitantes no espaço de 4 dias (Ifema, 2019), e agora recebeu 120 mil

visitantes no seu formato digital, é um *turnout* superior ao ano passado – 2750 pessoas por dia em 2019; 4615 pessoas por dia em 2020. Podemos responder a este aumento de visitantes de várias formas, mas penso que as mais relevantes serão a localização, mais público de fora de Lisboa pode aceder à feira sem ter de fisicamente se deslocar ao espaço, e as horas, este modelo está *online* 24 horas por dia, todos os dias, enquanto um evento físico, tem limitações quer de espaço quer de horário.

No dia 1 de Setembro, a leiloeira Palácio do Correio Velho publicava um comunicado onde é explícito que também as leiloeiras, que trabalham no segundo mercado, se adaptaram:

“A pandemia Covid-19 no mercado de arte e a adaptação do Palácio do Correio Velho. As entidades ligadas ao mundo e mercado de arte ajustaram-se a uma nova realidade digital gerada pela pandemia Covid-19. O Palácio do Correio Velho não ficou indiferente a essa mudança, adaptando-se a este novo paradigma, reforçando a nossa identidade. Devido às diversas restrições, procurámos ajustar-nos às mudanças e exigências geradas, acelerando a nossa presença *online* e adotando modelos híbridos de compra, venda e promoção de obras de arte e antiguidades. Diante um cenário de incerteza e de reinvenção, desenvolvemos um conjunto de soluções conscientes e atualizadas para investir no mercado dos leilões, como o reforço de vendas *online*, marketing digital, criação de exposições virtuais, produção de leilões em formato híbrido (Leilões Live Online) com a presença de alguns clientes na sala, licitações telefónicas, live stream nas redes sociais (youtube, facebook, instagram e linkedin) e licitações em tempo real através das plataformas digitais internacionais (invaluable e bidspirit).”

Ainda, Maura Marvão, Representante da leiloeira Phillips em Portugal e Espanha, para uma entrevista no âmbito da exposição ProjectoMAP 2010-2020, no Museu Coleção Berardo, que foi produzida em plena pandemia e quarentena, respondeu acerca do desempenho do *online*: “Quem não usava tanto as redes sociais, aplicações como o Zoom, foi obrigado a usar. Notamos isto nos leilões *online*, que fizemos durante a quarentena, e percebemos que temos uma data de novos clientes, pessoas que começaram a interessar-se e que começaram efetivamente a licitar”. A leiloeira Phillips lançou um conjunto de vídeos informativos, de curta duração, à semelhança de museus e galerias comerciais, que disponibilizaram muita informação nas suas plataformas digitais.

O Relatório Art Basel relativo ao primeiro semestre de 2021, naturalmente frisou o declínio nas vendas com uma descida de 36% em média, relativo ao período homólogo. Ainda assim, houve uma subida das vendas *online* quando comparado com 2019, em que o valor era 10%,

para 37% na primeira metade do ano (McAndrews, 2020). Das galerias a reportar uma subida nas vendas através do *online*, 26% destas vendas eram de clientes novos para a galeria ou dealer – de extrema importância para as galerias de menor dimensão. Um terço dos colecionadores efetivamente usou estas ferramentas que foram desenvolvidas pelas galerias/dealers para fazer compras por meio virtual, aliás, 32% dos colecionadores *High Net Worth* compraram através do *Instagram*, constata o Relatório.

3.1.2.2 – Museus

Rita Lougares, Directora Artística do Museu Coleção Berardo, foi entrevistada para a revista online ArteInformado, sobre a pandemia e os museus. Quando questionada sobre a mudança de dinâmicas da sua instituição face ao coronavírus, diz que é altura de começar a alimentar o *online* de maneira mais consistente, tornando-se acessível a todos através de *streaming*. O Museu já há muito que trabalhava com plataformas para a comunicação *online*, mas a crise instalada veio acelerar o processo em marcha, diz Lougares, desde melhorar o website, a inventar novas formas de trabalhar remotamente, colocar os conteúdos disponíveis a todos, e sobretudo, continuar a alimentar a criatividade dos visitantes. Sobre as medidas que vai implementar durante e pós pandemia, Rita Lougares elabora:

“A atividade do Museu, que até agora estava muito focada na presença física e na visita real, estará disponível *online*, ou seja, a abertura de exposições, como a recente abertura virtual da exposição "Obras Inéditas", de Julian Opie, que já aconteceu com o museu fechado e que foi transmitida exclusivamente pelo *streaming*. Exposições e visitas orientadas a obras de artistas, curadores ou mediadores culturais também estarão disponíveis *online*, mesmo ao vivo. Em geral, toda a atividade do Serviço Educativo do Museu será transposta e adaptada à rede, de forma transversal, para todos os públicos. O passeio virtual e as soluções de realidade aumentada em que estamos a trabalhar e que pretendemos implementar serão muito úteis para permitir uma visita digital mais imersiva a obras e exposições, ou seja, permanentes. Vamos explorar novas formas de comunicar *online* que não dependem da visualização no ecrã, e aqui os podcasts serão uma solução para desenvolver. O papel do áudio será muito importante neste novo mundo em que vivemos. (...) Além disso, estamos atentos aos fenómenos das novas redes sociais, nomeadamente daqueles que reúnem o público mais jovem, vamos também abrir lá os nossos próprios canais.”

Os *lay offs* já são uma realidade palpável, com instituições nacionais, como a Fundação Serralves, e instituições internacionais, como *Tate*, a recorrerem aos *lay offs* e cortes nos

recursos humanos. O *The Art Newspaper* avança que até ao verão de 2020, Tate Enterprises Ltd que controla as várias instituições desde Londres, Liverpool e St.Ives, vai cortar com 200 lugares de trabalho. O objetivo é fazer um plano de reestruturação que salve um milhão de libras, para fazer face às consequências e quebras causadas pela pandemia (McGivern, 2020). Também o *The National Gallery* é um dos casos que irá cortar com pessoal, uma vez que cortaram com atividades²¹, diz um porta-voz ao *The Art Newspaper*.

3.2 - Prognóstico de Futuro

Atendendo a um comunicado do *Times*, será provável que as exposições se encurtem, que haja despedimentos coletivos, *layoffs*, aquisições congeladas, cortes nas despesas, ainda em recuperação da última crise de 2008 (Scott, 2020). Uma nova forma de diversificar pode ser através da aposta no *online*, como tem vindo a ser feito durante a pandemia, que ao mesmo tempo é uma aposta no caminho de práticas sustentáveis. Não são claras as repercussões que este confinamento trará, mas é certo que este ano haverá uma grande perda de lucro para os museus europeus, na época alta, estando os turistas impossibilitados de viajar, que pode ser rematado com soluções como as já mencionadas salas de *online viewing*, que trazem benefícios como: captação de uma maior audiência com intuito de compra, em vez de apenas visitar; alcançar maior público e novos compradores que não estariam dispostos a deslocar-se ao local; adicionar contexto e mais informações às obras expostas (Gagne, 2020).

O grande objetivo é que, daqui para a frente, seja ambicionado que se continue a olhar para os mercados de arte de forma sustentável, temos de o fazer para que se continue a privilegiar o que até então tem vindo a ser feito no bom caminho. Os eventos dos mercados de arte, como as feiras internacionais, bienais e mesmo os leilões (que recebem bastantes pessoas, publicam-se catálogos físicos...) são eventos que impactam o ambiente de forma negativa. Temos então de colocar o desafio de pensar e tomar decisões de forma consciente. O objetivo é que se caminhe para a sustentabilidade, passo a passo. Kate Bryan, Directora de Coleções de Soho House, já o faz, e vai ser curadora de uma data de iniciativas para chamar a atenção para questões da sustentabilidade nos mercados, quer para artistas, quer para organizações.

O futuro dos mercados de arte é incerto, como todos, no entanto, podem ser tiradas elações do que tem vindo a acontecer: a diminuição de eventos internacionais, consolidando apenas os mais importantes, o aumento do digital, as vendas *online*. É o *Context Collapse*, já referido, que

²¹ “where we have significantly reduced activities for the foreseeable future”, (porta-voz The National Gallery para *The Art Newspaper*, McGivern, 2020);

o diz, como fenómeno que caracteriza as redes sociais, onde existem comunidades distintas numa única audiência; as diferenças das relações cara a cara e as possibilidades infinitas da influência através do virtual é um tema que tem de ser trazido para cima da mesa para que os negócios não percam força (Wesch, 2009). Podemos aproveitar esta necessidade de enveredar para o mundo do *online*, do virtual, para retirar os benefícios também do ponto de vista sustentável e para como uma resposta para enfrentar os desafios da crise ambiental. Ao redefinir as estratégias, é possível reforçar a rede de contactos e relações e desenvolver outros mercados, que de outra forma não seria possível (Dee, 2019).

Noemí Ontiveros²², directora da feira Salón Acme no México, plataforma criada por e para artistas, responde à pergunta “Que planos para o futuro? Acha que as feiras de arte *online* serão e devem ser usadas de agora em diante?” – “Temos de estar sempre a adaptar-nos, e isto tornou-se evidente com o coronavírus. O *online* é uma ferramenta bastante útil, mas o desafio é continuar a oferecer experiências especiais e direccionadas. Estamos a trabalhar nisto, e esperamos poder partilhar em breve” (tradução livre)²³, diz Noemí em entrevista para a revista ATTITUDE.

Maria João Pires, para o Expresso (2020), responde à questão “Que papel encontra para a arte e para o trabalho do artista perante os desafios da crise ambiental?”, no âmbito do programa de “Vida Sustentável”, uma parceria EDP e Expresso. Para Maria João Pires, pianista, a resposta é simples: “É certo que o artista tem a responsabilidade de prestar atenção aos problemas e às questões que marcam o mundo, e de evidenciar essas questões quando lhe é dada uma voz pública. E também é certo que as questões e os problemas que marcam o mundo acabam por influenciar o seu trabalho artístico, assim como deviam influenciar a vida de todos nós. Mas não há, ou pelo menos não deve haver, uma ligação direta entre o seu trabalho criativo e a sua missão como porta-voz. O artista, enquanto criador, deve ser apenas isso: um artista. Deve ser alguém que observa, pesquisa, descobre e que, por fim, cria. Quanto menos ideais políticos o artista misturar com as suas obras, mais fiel será à sua função como artista. Assim, acredito que o seu papel como arauto dos problemas do mundo deve ser desempenhado apenas quando lhe é oferecido um espaço na comunicação social ou noutro lado onde se faça ouvir.”, quando entrevistada por Luísa Schmidt.

²² Noemí Ontiveros, Salón Acme

²³ “We all have to adapt constantly, and this has got imminent with the coronavirus. The online world is a great tool, yet the challenge is to keep offering special and close experiences within it. We are working on that, and we hope to share it with you soon!”

O Relatório Art Basel (McAndrews, 2020) aponta que a prioridade das galerias e dealers passou de apostar em feiras internacionais em 2019 para apostar no *online*: "As galerias reportam que os seus objetivos em 2019 eram feiras de arte e investir na internacionalização por meio geográfico, alargando a base de clientes. Estas prioridades mudaram na primeira metade de 2020, para tentar fomentar vendas *online*, cortar custos para manter lucro, e manter relacionamentos com clientes regulares que são críticos para a sobrevivência dos negócios."²⁴

3.2.1 – Entrevistas

Foram levadas a cabo duas entrevistas de investigação qualitativa, uma vez que as entrevistas continuam a ser o método mais comum de recolha de informação qualitativa (King, 2010). O propósito destas entrevistas foi de reunir descrições da realidade vivida pelos entrevistados, com respeito á sua interpretação dos fenómenos. Por forma a realizar as entrevistas, foram seguidos quatro passos: definir a questão principal; criar o guião de entrevista; escolher e contactar os participantes; realizar as entrevistas. A questão principal a ser respondida devia focar-se na forma como os participantes descrevem os vários elementos em análise e não deve ser baseada nas premissas do entrevistador. Nesse sentido, a questão central seguia estas linhas:

“De uma perspetiva da sua posição profissional, em que medida diria que a sustentabilidade está abrangida nos mercados de arte, e que mudanças salienta – em particular, atendendo à sua atividade”

No que diz respeito ao guião da entrevista, existem alguns tópicos que devem ser abordados, bem como, aquando do convite para participar na entrevista, devem ser mencionados os conhecimentos adquiridos *a priori* no campo, trabalhos preliminares e discussões com outros membros dos mercados de arte com experiência sobre o assunto e bibliografia estudada (King, 2010). Inicialmente, foi pensado seguir-se um único guião para ambos os entrevistados, mas dada a diferente envolvência e experiência nos mercados de arte, bem como as diferentes profissões que exercem, provou-se impossível dado o seu envolvimento, seguir um mesmo guião, pelo que se adaptou um guião exclusivo para cada entrevistado.

Para escolher os entrevistados, a disparidade de experiências foi um fator em causa, já que era importante abranger diferentes maneiras do fenómeno poder ser experienciado e entendido

²⁴ “Galleries reported that their key priorities in 2019 were their art fair exhibitions and widening the geographical reach of their client base. These priorities shifted markedly over the first half of 2020 to trying to boost online sales, cutting costs to maintain profitability, and maintaining relationships with existing clients who were seen to be critical to their survival.”

dentro do contexto dos mercados de arte. De forma a cumprir os diversos propósitos, entrevistei Sara Antónia Matos, atualmente Diretora do Atelier-Museu Júlio Pomar/EGEAC e foi também Diretora das Galerias Municipais/EGEAC, durante dois anos e meio (2017-2019) (Guião de Entrevista 1).

Sara Antónia relata que “nos últimos anos o mercado da arte estava a viver um período excecionalmente positivo, de forte impulso e dinamismo, em parte espelhado também na pluralidade e cadência das iniciativas – exposições e outras - que diariamente se inauguravam. Esse ritmo, por vezes, difícil de acompanhar, poderá ter criado também alguns excessos e empolamento na dinâmica de mercado”, este período, como sabemos, teve um interregno devido à pandemia, e elabora “Como sabemos este dinamismo e tendência para ascendência vivido nos últimos anos foi interrompido abruptamente pela pandemia COVID_19 deixando tudo em suspensão. Tenho a sensação que, neste momento, o mercado estará a retomar timidamente, muito timidamente, o que poderá ter consequências drásticas para os artistas e para os diversos agentes do meio, nomeadamente os seus galeristas. Está tudo encadeado. É um sistema em cadeia que não pode ser compreendido de modo unilateral, olhando apenas para uma parte do meio.”.

Neste sentido, questioneei a então Diretora do Atelier-Museu, sobre como foi a sua experiência à frente de uma instituição ao lidar com as mudanças de dinâmicas trazidas pela pandemia, e como se adaptou ao *online*. Diz-me que escreveu, à altura da entrevista, um artigo de reflexão para a revista UMBIGO precisamente sobre este tema do *online*, o que mostra a pertinência e atualidade da questão. Dado que a revista comemorativa dos 18 anos da edição apenas sai a público em Outubro, não foi possível ter acesso às suas palavras, mas sinteticamente respondeu à pergunta: “sem poder repetir o que ali desenvolvi, é que a experiência sensível obtida em presença da obra de arte é insubstituível. Não significa, porém, que o digital/*online* não seja uma via importante e cada vez mais predominante. Ela amplia as possibilidades, mas é importante que se perceba que não substitui a experiência de contacto e de proximidade – em que todo o corpo é solicitado na sua multi-sensorialidade”. Este é um ponto de partida que remete para um positivismo tímido em relação ao digital e virtual, ainda que saliente as características benéficas do *online*, a curadora dá primazia ao físico. Tenho de concordar com esta resposta, uma vez que o *online* tem em si limitações, mas no que toca ao ponto de vista da sustentabilidade, abrir a hipótese de alguns conteúdos serem partilhados em rede, ou *streaming*, permite que menos pessoas se desloquem em massa – como Sara Antónia refere, inauguravam diariamente várias exposições em locais distintos.

Sara Antónia faz parte do júri dos Prémios de Curadoria Atelier-Museu Júlio Pomar/EGEAC, que conta já com 3 edições, pelo que tem experiência, não só por ser curadora, mas por avaliar outros trabalhos de curadoria para responder sobre a questão do uso das artes para consciencializar e comunicar, para influenciar comportamentos (Curtis, 2014):

“Sim, pode e deve fazer parte da sua agenda trazer determinados assuntos ao domínio público, ao debate crítico, à consciencialização social e, portanto, o modo de o fazer poderá ser justamente através das suas práticas, das exposições que concebem, dos textos e discursos que veiculam. Uma das vertentes politico-ideológica da arte e da curadoria é justamente essa: inscrever no domínio público determinados assuntos, por vezes, ocultos, omissos. Aliás temos gerações de artistas e autores evidentemente focadas nas questões da sustentabilidade e da ecologia ou temas afins, muitas vezes, trazendo a sua prática de ativismo para dentro da arte e da produção neste campo.” (Sara Antónia Matos, em entrevista)

Como conclusão da entrevista, quis acabar a conversa perguntando se os temas atuais da curadoria se reviam nos temas que têm vindo a ser desenvolvidos ao longo dos tempos, ao que me responde que sim, porque as preocupações de uma geração e uma época, são naturalmente as mesmas apesar de serem expressas de formas diferentes e autorais. Esta resposta dá-me ânimo pelo facto de o clima e a sustentabilidade ambiental ser um problema da minha época e da minha geração, fazendo com que cada vez mais se veja retratado por artistas e em exposições curadas à medida que a minha geração entra no mercado de trabalho.

Maura Marvão, representante da leiloeira Phillips em Portugal e Espanha, foi o segundo agente dos mercados de arte que convidei para entrevista, uma vez que tem uma perspetiva completamente distinta de Sara Antónia Matos, estando do lado das dinâmicas comerciais e não institucionais, nesta dissertação dá voz à dimensão económica dos mercados. Maura Marvão trabalha na terceira maior leiloeira do mundo, pelo que é de extrema importância ter acesso ao seu testemunho valioso, para além de contar com um currículo vasto na área. Licenciada em Direito pela Universidade Católica Portuguesa e Mestrada em *Arts Administration* pela Universidade de Nova Iorque, trabalhou nas Nações Unidas e no New Museum of Contemporary Art, em Nova Iorque. Em Portugal, integrou diversos projetos ligados à cultura e lecionou a disciplina de marketing cultural em várias instituições, entre elas na Universidade Católica Portuguesa, Escola das Artes. Foi presidente da ADIAC, Associação de Difusão Internacional de Arte Contemporânea, é membro do Conselho de Administração da Fundação da Juventude com o pelouro da cultura, é membro do Conselho de Administração da Associação

Bagos D'Ouro, é presidente dos Amigos da Fundação Ricardo Espírito Santo Silva e fundadora e presidente do núcleo português do National Museum for Women in the Arts de Washington.

Sobre a questão do uso das artes para consciencializar e comunicar (Curtis, 2014), tal como Sara Antónia, Maura Marvão diz-nos que os artistas na sua generalidade não têm medo de tocar em qualquer tema e por isso têm este papel importantíssimo e determinante em todas as áreas da vida, às vezes de uma forma mais violenta e explícita e outras de uma forma mais subtil, mas que, de uma maneira ou de outra os artistas têm um papel determinante em consciencializar através das suas obras e exposições. Apesar de a pergunta ter sido mais direccionada para as práticas sustentáveis, os artistas continuam a ter esse papel em muitas outras questões, como por exemplo género, ecologia e questões políticas. Maura diz que “os artistas pensam à frente e são muitas vezes muito vanguardistas no seu pensamento e nos temas que abordam e fazem-no antes desses temas e questões se tornarem comuns para o *mainstream* e para a sociedade em geral. Há questões que são levantadas muito antes de chegarem a ser preocupações generalizadas e que são tocadas pelos artistas, sendo absolutamente extraordinários neste entendimento e questionamento pioneiro – questões de género, de sustentabilidade do planeta, questões de ecologia, questões políticas.” Não quer dizer que estas questões não tenham sido sentidas já por uma fatia grande da população, como especificamente as questões da sustentabilidade ambiental, mas foram trazidas à luz por interpelações dos artistas, antes de serem temas centrais na vida em sociedade. O mesmo para curadores e comissários, que trabalham de forma tão interligada e tão interdependente com os artistas, Maura sugere que “mais uma vez este grupo de comissários e curadores têm muitas vezes uma visão extremamente abrangente e antecipam questões que vão ser debatidas pela generalidade da população algum ou mesmo muito tempo depois.” É através das suas exposições, textos, críticas, catálogos e livros de exposições que os curadores e comissários criam alertas para temas centrais de debate, que podem ou não já ser do conhecimento geral das populações ou de uma minoria. Assim como Sara Antónia Matos, que representa a dimensão institucional dos mercados, também Maura Marvão, representante da dimensão económica sugere que os artistas e outros agentes das artes têm um papel fundamental para comunicar e trazer à tona temas de debate. Maura realça ainda que das melhores coisas que trabalhar no meio artístico tem, é mesmo o facto de se cruzar com pessoas com pensamentos vanguardistas, pioneiros e radicais que nos fazem constantemente pensar e nos interpelam com as suas ideias- “das coisas mais extraordinárias para quem trabalha nesta área é o facto de estarmos constantemente a ser questionados e interpelados o que faz com que estejamos continuamente a aprender e a retirar ensinamentos desses momentos e encontros” (Maura Marvão, em entrevista).

Em relação à aposta no *online* quer de galerias, instituições e leiloeiras, Maura conta-nos a sua experiência com a Phillips:

“Em relação à Phillips, de Março a Junho fizemos leilões só online, de obras em geral de valor mais baixo do que as obras que normalmente temos em leilões também presenciais. Estes leilões apenas *online* tiveram muito sucesso. Em Julho retomamos em Londres, Hong Kong, Nova Iorque e Génève, os leilões presenciais mas com muito mais restrições e limitações em relação ao número de pessoas que podiam visitar as nossas galerias, quer às que podiam estar presentes no próprio leilão. A verdade é que os leilões de Julho obtiveram resultados extraordinários – como por exemplo o melhor resultado de sempre para um leilão de Design em Londres. Também em Julho, o *20th Century and Contemporary Art Evening Sale* em Nova Iorque, vendeu todas as obras, como se costuma dizer nos mercados de arte, foi um “white glove sale”.”

Em conversa com Maura, fico a perceber que a leiloeira Phillips, a terceira maior leiloeira mundial, sempre se preocupou em apostar no digital, no *online*, quer a nível técnico, quer a nível de ferramentas usadas, investindo desde há muito tempo em ser a leiloeira mais avançada nestas áreas. Maura orgulha-se de representar uma leiloeira com esta visão tão atual, que permanentemente inova no seu *website*, na área do marketing digital e nas redes sociais, e que oferece aos seus colaboradores formação nestas áreas.

Já muitos anos antes da pandemia, e dado que a Phillips tem clientes em todos os continentes, enviavam imagens em alta resolução, relatórios exaustivos do estado de conservação das obras e quando requisitado pelos clientes, chamadas vídeo, para mostrar peças em detalhe: “Para além das imagens em alta resolução e dos *Condition Reports*, neste momento estamos a disponibilizar a todos os clientes a opção de fazerem chamadas por *Facetime* para poderem ver as obras que teremos em determinado leilão, seja em Londres, Nova Iorque, Hong Kong ou Génève. Era algo que eu já fazia com alguns clientes e que hoje em dia, tendo em conta todas as limitações e dificuldades em viajar, se tornou uma ferramenta muito mais útil e necessária. Há talvez 6 anos, tive um colega que mostrou a um cliente por *Facetime* uma obra muito importante do Willem de Kooning valendo vários milhões de dólares, e foi esse mesmo cliente que á distância a acabou por comprar.”. Esta observação de Maura, mostra que, ao contrário de outras galerias e instituições, para a Phillips a aposta no *online* em tempos de pandemia não foi uma adaptação tão forte como noutros casos, uma vez que há muito já tinham percebido esta necessidade de se ligarem e chegarem aos seus clientes de diversas formas. Foi uma adaptação menos forte do que por exemplo para galerias, e ainda menos que para feiras que se faziam valer da presença física dos clientes. “As galerias aperfeiçoaram cada vez mais

os seus *websites* e as feiras tiveram que se reinventar, estando a realizar-se online, como é o caso da feira Art Basel, provavelmente a mais importante do mundo, da Frieze e Frieze Masters em Londres, etc” diz Maura.

“Nos últimos anos, o número de licitações online tem vindo a crescer, inicialmente as licitações começaram em obras de menores valores, mas atualmente já temos pessoas a licitar obras de milhões de libras ou dólares online”, é com esta frase que Maura Marvão começa a ilustrar a crescente aposta no online da Phillips. Ainda antes da pandemia, como já referido, em geral 60% dos lotes a leilão tinham pessoas a fazerem licitação *online*, o que era significativo. Agora com o Covid-19, esta percentagem tem vindo a aumentar muito pois os clientes são incentivados a usar a licitação *online* dado que há limitações em termos de número de pessoas que podem estar nas salas de leilão, obrigando a diminuir muito, quer o número de pessoas a licitar presencialmente, quer o número de pessoas da estrutura da Phillips a licitarem com os seus clientes ao telefone.

Maura termina a entrevista com um pensamento positivo: “esta crise veio mostrar que a entre ajuda no mundo da arte é possível e que há de facto iniciativas absolutamente louváveis que nasceram desta situação desafiante que vivemos.” Refere-se por exemplo a uma iniciativa da galeria David Zwirner, que, percebendo que muitas galerias mais pequenas tinham dificuldade em chegar a clientes *online*, disponibilizou uma plataforma dentro do seu website, que tem milhares de visitas, para que pudessem beneficiar de uma enorme amplificação da sua exposição pública, podendo aí colocar obras para venda.

CONCLUSÃO

Um movimento mais ecológico vai continuar a crescer e a diversificar-se, empresas começam a produzir bens orgânicos, recicláveis e biodegradáveis, mais produtos *eco-friendly* e feitos com materiais reciclados (assim como algumas peças de arte); instituições governamentais, sem fins lucrativos e empresas começam a ter mais dedicação e ter ações com o futuro em vista, como resultado, mais pessoas começam a ter comportamentos que coadunam com as medidas sustentáveis. A arte sempre foi uma forma de representação, de ação e divulgação e, se o continuar a ser de forma a “abrir os olhos” à sociedade, podemos atingir grandes progressos e dar largos passos até ao comportamento sustentável e ambientalista individual e em sociedade que o Planeta tanto precisa. Como Maura Marvão dizia em entrevista, é um presente extraordinário podermos retirar ensinamentos e aprender constantemente com um grupo tão rico de pessoas nos mercados de arte que constantemente nos fazem questionar, nos transmitem ideias pioneiras e vanguardistas. Caminhamos passos largos para que o mundo da arte se torne mais sustentável, relembrando os exaustivos exemplos dados ao longo da dissertação – a criação da empresa Rokbox, o crescente tema da sustentabilidade na curadoria quer de instituições quer de feiras, galerias e bienais, a aposta na arte como meio de divulgação, a aposta no *online* que indiretamente promove práticas sustentáveis, entre outros. Tanto Sara Antónia Matos como Maura Marvão, as duas entrevistadas no âmbito desta dissertação afirmam a preocupação crescente em retratar por parte dos artistas e por parte de curadores e comissários as questões da ecologia e sustentabilidade ambiental.

Na minha opinião, o mercado da arte tem feito um bom desenvolvimento a par da sustentabilidade, talvez sem grande esforço para tal ao início, e fazendo-se valer de outras necessidades e imposições momentâneas, como foi o caso das alterações das dinâmicas devido à pandemia, o mercado fez-se valer das dinâmicas impostas pela pandemia para continuar a operar – como a aposta no *online* – sem assim perceber que está a par e passo com práticas sustentáveis ambientais, o uso do online em detrimento do físico e das deslocações. Se analisarmos as suas dinâmicas, pouco encontramos ao que apontar o dedo em termos de degradação do planeta, emissão de dióxido de carbono ou poluição, como é o caso da indústria da moda e do *fast fashion*, bem sabemos que se inauguram exposições diariamente, e que as feiras internacionais movem muitos milhares de pessoas anualmente, mas em nada se compara à degradação causada por outras indústrias, daí ser também mais fácil reverter os danos. No entanto, agora, é possível ver que existe uma quantidade de agentes e atores nos mercados de arte que mostram a sua preocupação pelo tema, e o seu trabalho em prole da mudança.

É evidente que o mercado tem outros problemas, como as falsificações, mas esse é um tema para uma outra investigação. No que toca a práticas sustentáveis, parece-me que o mundo da arte tem vindo a tomar decisões coerentes- a implementação de regras para a proteção de animais e plantas, a escolha por materiais menos poluentes nas obras, opção de temas que façam o público pensar e alterar comportamentos, mostras *online*, visitas virtuais em museus de todo o mundo, leilões e vendas *online*, conferências e implementação de cadeiras sobre o tema em cursos universitários, entre outros.

Os artistas contemporâneos têm um papel muito importante pois, segundo dados de relatórios analíticos como o *Artprice*, a arte Pós-Guerra e Arte Contemporânea são as segmentações mais vendidas e mais apreciadas pelo público na atualidade (Adam, 2017). Sabemos que a Arte Contemporânea se tornou numa cultura de massas e que quão mais conhecido é um artista, mais pessoas vão saber o seu nome e estar a par das suas obras, por isso, têm um papel de influência muito grande- quanto maior o seu público, maior a difusão da sua mensagem (i.e. Banksy e a crise dos refugiados (Tondo et Stierl, 2020)). O campo das artes ecológicas e sustentáveis tem vindo a crescer, como vimos, e cada vez mais artistas se reveem nas suas práticas, em vários pontos do globo. Os fatores importantes são, em primeiro lugar, o seu talento, a sua mensagem e os seus canais de difusão diversificados- uma vez que vivemos num mundo cada vez mais tecnológico, também faz sentido que a arte seja partilhada desta forma, quer por redes sociais (dos artistas e dos espectadores), quer por *websites* oficiais, pois nem todos têm acesso à mesma localização física das obras.

A arte toca-nos de forma emotiva e sensorial e não de forma racional, como as estatísticas e as notícias de estudos que vimos, deste modo pode atingir o subconsciente e levar a uma compreensão diferente do que as outras formas de passar informação racional. O relatório de Curtis (2014) sugere que a arte influencia os indivíduos e os seus comportamentos através de um ou mais caminhos, como visto anteriormente, e é a conjugação desses caminhos em simultâneo com uma conjugação de fatores internos (valores, crenças, atitudes, normas), fatores externos e características pessoais (género, idade) que leva à mudança de comportamento individual através das artes, que no seu extremo, de uma perspetiva macro, leva à mudança da sociedade. Entidades governamentais deviam reconhecer o papel das artes como veículo de transição para uma sociedade mais sustentável, já que é provável que o setor das artes seja considerado um pilar importante na estrutura de sociedades sustentáveis, no futuro (Curtis *et al*, 2014).

Daqui para a frente vamos ver o que acontece com o mercado de arte - para além da pandemia existem outros fatores relevantes como as eleições nos EUA, a implementação do

Brexit e outras condicionantes para o mercado a nível mundial, a juntar a isto obviamente a pandemia, mas estou confiante pois, a julgar pelos últimos meses, acredito que, comparando com os indicadores de 2008 – que foram muito mais positivos que os do mercado financeiro - poderemos ter um comportamento do mercado de arte ainda mais favorável (Maura Marvão, em entrevista). Em conversa com Maura Marvão, discutíamos as diferentes dinâmicas dos mercados de arte em relação aos mercados financeiros e que estatisticamente estava provado que se ressentiam seis meses depois dos mercados financeiros e também recuperavam com muito mais rapidez, em 2008 se comprovou que as crises económico-financeiras atingem o mundo da arte em média 6 meses depois dos mercados financeiros, o que permite aos players das artes, adaptarem-se e reposicionarem-se antes de a crise chegar (Maura Marvão, em entrevista). Assim foi na crise de 2008, mas infelizmente nesta nova crise pandémica não houve tempo para que se usasse este meio ano para reposicionar, as alterações tiveram de ser repentinas. A aproximar-se uma crise ambiental, os agentes podem fazer valer-se destes seis meses antes de ressentir uma crise para se reposicionarem e tomarem decisões – é este o paradigma.

REFERÊNCIAS

- Adam, Georgina, (2017), “The Dark Side of the Boom”, Lund Humphries;
- Agência Lusa, (2020), “Guterres diz que a crise climática é o maior obstáculo para a paz mundial”, Observador, disponível em <https://observador.pt/2020/02/16/guterres-diz-que-a-crise-climatica-e-o-maior-obstaculo-para-a-paz-mundial/> ;
- Arte Informado, (2020), “Rita Lougares, directora artística del Museu Coleção Berardo: "Con la ayuda de todos los sectores de la sociedad podremos superar esta crisis y surgiremos más unidos, más fuertes y más creativos”, Arte Informado, disponível em <https://www.arteinformado.com/magazine/n/rita-lougares-directora-artistica-del-museu-coleo-berardo-con-la-ayuda-de-todos-los-sectores-de-la-sociedad-podremos-superar-6659> ;
- Bourdieu, P., (1978), “A Reprodução”, Lisboa, Editorial Veja;
- Bourdieu, P., (1992), “O Poder Simbólico”, Rio de Janeiro, Bertrand Brasil;
- Bourdieu, P., (1996), “As Regras da Arte”, Editorial Presença;
- Bossel, H., (1998), “Indicators for Sustainable Development: Theory, Method, Applications”, IISD;
- Câmara Municipal de Cascais e Fundação Luís I, (2009), “LandArt Cascais”, Câmara Municipal de Cascais;
- Cardoso, Rui, (2017), “Trump recua no caso dos elefantes”, Expresso, disponível em <https://expresso.pt/internacional/2017-11-18-Trump-recua-no-caso-dos-elefantes> ;
- Christie’s, (2019), “The Role of Art in the Environment Crisis Symposium”, disponível em <https://www.christies.edu/new-york/events/2019/june/the-role-of-art-in-the-environmental-crisis>;
- Christie’s, (2019) “What is Environmental and Green Art?”, disponível em https://www.christies.edu/news/2019/may/what-is-environmental-and-green-art?sc_lang=zh-TW ;
- Cipriano, R.; Rosa, C., (2016), “Número de elefantes em África diminuiu 30% em sete anos”, Observador, disponível em <https://observador.pt/2016/09/01/numero-de-elefantes-em-africa-diminuiu-30-em-sete-anos/> ;
- Curtis, David; Reid Nick; Reeve, Ian; (2014), “Towards ecological sustainability: observations on the role of the arts”, Institut Veolia;
- Dee, Elizabeth, (2019), “Context Collapse Is Threatening the Future of Big Art Fairs. Here’s Why We Should Be Very Concerned”, Artnet, disponível em <https://news.artnet.com/opinion/context-collapse-ruining-art-fairs-heres-us-art-business-concerned-1633852> ;
- Fineman, Mia, (2008) “Terms of Art”, NY Times, disponível em <https://www.nytimes.com/2008/12/07/books/review/Fineman-t.html> ;
- Fundação de Serralves, (2019), “Olafur Eliason, Grande Exposição Anual no Parque”, Fundação de Serralves;
- Gagne, Yasmin, (2020), “How Gagosian grew digital sales 350% with one great idea”, FastCompany, disponível em <https://www.fastcompany.com/90456220/how-gagosian-gallery-is-selling-2-million-paintings-online-sight-unseen> ;
- Gardner, Meagan, (2019), “Art as an agent of Change”, Rewire Mag, disponível em <https://rewire.ie.edu/art-agent-change-cop25/> ;
- Gerlis, Melanie; (2019), “How do art fairs contribute to the climate crisis?”, Financial Times;
- Henshaw, V.; Guy, S.; (2013), “Climate change, adaptation and Eco-Art in Singapore”, Journal of Environmental Planning and Management;
- Howard, Jeremy R., (2009), “Art Market”, Encyclopaedia Britannica;

- Ifema, (2019), “Edição Anterior ARCOLisboa 2019”, disponível em <https://www.ifema.es/pt/arco-lisboa/edicao-anterior> ;
- Kagan, Sasha, (2014), “The Practice of Ecological Art”, Institute of Sociology and Cultural Organization, Lüneburg, Leuphana University;
- Keats, Jonathan, (2020), “Shuttered By COVID-19, Museums Now Have The Chance To Offset Social Distancing By Reinventing Online Exhibitions”, Forbes;
- King, Nigel, (2010), “Using Interviews in Qualitative Research”, SAGE Publications Ltd (pp.12-21);
- Kite-Powell, Jennifer, (2020), “These Galleries, Arts Organizations And Museums Are Keeping Art Accessible During Covid-19”, Forbes;
- LACMA, (2018), “John Gerrard: Solar Reserve Press Kit”, LACMA Press;
- Martinique, E., (2016), The Era of Environmental Art, Widewalls;
- McAndrews, C., (2019), “The Art Market”, Art Basel and UBS Report;
- McAndrews, C., (2020), “The Impact of Covid on the Gallery Sector – a 2020 mid-year survey”, Art Basel and UBS Report;
- McGivern, H., (2020), “Tate and National Gallery commercial units to cut hundreds of employees”, The Art Newspaper;
- McGrath, Matt, (2018), “Final call to save the world from climate catastrophe”, BBC, disponível em <https://www.bbc.com/news/science-environment-45775309> ;
- Mello, V.; Galsterer, A., (2020), “Paisagem, Poesia ou Terra?”, ATTITUDE;
- Melo, Alexandre, (2012), “Sistema da Arte Contemporânea”, Documenta;
- Moncada, Miguel Cabral, (2006), “Peritagem e Identificação de obras de arte”, Livraria Civilização Editora;
- Mun-Delsalle, Y., (2016), “The Art Fair Boom Is Forever Changing the Way the Art Market Does Business”, Forbes;
- Ocean and Climate Platform, (2019), “Climate negotiations in Madrid : COP25 made a splash”, Ocean and Climate Platform, disponível em <https://ocean-climate.org/?p=8835&lang=en> ;
- Público, (2017), “Governo britânico quer banir o comércio do marfim quase por completo”, disponível em <https://www.publico.pt/2017/10/06/ecosfera/noticia/governo-britanico-quer-banir-o-comercio-do-marfim-quase-por-completo-1787965> ;
- Rato, Vanessa, (2019), “Entrevista: Tadashi Kawamata”, Jornal Fundação EDP.
- Rea, N., (2020), “5 Meaningful Ways the Art World Can Help Fight Climate Change, According to Experts in the Field”, Artnet;
- Rea, N.; Pes, J., (2019), “As the Art World Stomps Its Carbon Footprint Across London, Dealers and Frieze Are Innovating New Green Solutions”, Artnet, disponível em <https://news.artnet.com/market/frieze-london-environmental-initiatives-1666564> ;
- Robertson, Iain, (2005), “Understanding International Art Markets and Management”, Routledge;
- Ruic, Gabriela, (2015), “A terrível história da morte do leão Cecil”, Exame;
- Salzburg Global Seminar, (2016), “Beyond Green- The Arts as a Catalyst for Sustainability”, comunicação compilada após o seminário Salzburg Global Seminar, disponível em https://www.iau-hesd.net/sites/default/files/documents/salzburgglobal_report_561_online_.pdf ;
- Scott, Chadd, (2020), “Museums Nationwide Bracing For Economic Devastation Due To Coronavirus Closures”, Forbes;
- Sem Autor, (1987), “Report of the World Commission on Environment and Development: Our

Common Future”, Oslo;

-Sem Autor, (2017), “2017 Summary – The art market enters a new phase”, Artprice, disponível em <https://www.artprice.com/artprice-reports/the-art-market-in-2017/2017-summary-the-art-market-enters-a-new-phase/> ;

-Sem Autor, (2020), “Comunicado de Imprensa Lisboa Capital Verde Europeia 2020”, Conselho Europeu, disponível em https://ec.europa.eu/newsroom/representations/item-detail.cfm?item_id=666131&newsletter_id=410&utm_source=representations_newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=Portugal%20representation%20-%20News&utm_content=Vice-presidente%20executivo%20Timmermans%20e%20comissrio%20Sinkeviius%20em%20Lisboa%20a%20b&lang=en ;

-Sem Autor, (2020), “Lisboa Capital Verde Europeia 2020”, disponível em <https://lisboagreencapital2020.com/> ;

-Sem Autor, s.a., “O que é a CITES?”, ICNF, disponível em <https://www.icnf.pt/cites> ;

-Sem Autor, s.a., “Sustentabilidade”, Conselho Empresarial para o Desenvolvimento Sustentável, disponível em <https://www.bcsdportugal.org/sustentabilidade/sustentabilidade> ;

-Sem Autor, s.a., “What is Cites?”, CITES, disponível em <https://www.cites.org/>;

-Serpentine Galleries, (2020), “We Take Tomorrow Summit”, Serpentine;

-Soares, Ana Cecília, (2017), “História da Arte”, INTA;

-Thornton, Sarah, (2008), “Seven Days in The Art World”, Granta Publications;

-Thyssen-Bornemisza, (2019), “Exhibitions Thyssen-Bornemisza”, disponível em <https://www.museothyssen.org/en/exhibitions/john-gerrard-western-flag-2017> ;

-Thyssen-Bornemisza, (2019), “Art and Climate Emergency”, disponível em <https://www.museothyssen.org/en/activities/art-and-climate-emergency-guided-visits> ;

-Tyssenmultimedia, “Art as an Agent of Change”, informação retirada do video disponível em <https://www.museothyssen.org/en/thyssenmultimedia/art-agent-change>;

- Tondo et Stierl, (2020), “Banksy funds refugee rescue boat operating in Mediterranean” em <https://www.theguardian.com/world/2020/aug/27/banksy-funds-refugee-rescue-boat-operating-in-mediterranean> ;

-United Nations, (2018), “Press Realease, Setembro 2018”, disponível em <https://www.un.org/press/en/2018/sgsm19245.doc.htm> ;

-Van Bellen, Hanz, (2005), “Indicadores de Sustentabilidade: uma análise comparativa”, Rio de Janeiro, FGV Editora;

-Vilthius, O, (2003), “A handbook of cultural economics”, Edited by Ruth Towse (pp.33-40);

-Visão, (2020), “Feira ARCOLisboa ‘online’ gerou mais de 500 contactos com galerias — organização”, disponível em <https://visao.sapo.pt/atualidade/cultura/2020-06-15-feira-arcolisboa-online-gerou-mais-de-500-contactos-com-galerias-organizacao/> ;

-Wesch, Michael (2009), “Youtube and You”, Hampton Press.

ANEXOS

Tecnocêntrico ← → Ecocêntrico				
Cornucopiana	Adaptativa	Comunalista	Ecologia Profunda	RÓTULO AMBIENTAL
Exploração de recursos, orientação pelo crescimento	Conservacionismo de recursos, posição gerencial	Preservacionismo de recursos	Preservacionismo profundo	
Economia antiverde, livre mercado	Economia verde, mercado verde conduzido por instrumentos de incentivos econômicos	Economia verde profunda. Economia <i>steady-state</i> , regulação macroambiental	Economia verde muito profunda, forte regulação para minimizar a tomada de recursos	TIPO DE ECONOMIA
Objetivo econômico, maximização do crescimento econômico. Considera que o mercado livre em conjunção com o progresso técnico deve possibilitar a eliminação das restrições relativas aos limites e à escassez	Modificação do crescimento econômico, norma do capital constante, alguma mudança de escala	Crescimento econômico nulo, crescimento populacional nulo. Perspectiva sistêmica, saúde do todo (ecossistema), hipótese de Gaia e suas implicações	Reduzida escala da economia e da população. Imperativa mudança de escala, interpretação literal de Gaia	ESTRATÉGIA DE GESTÃO
Direitos e interesses dos indivíduos contemporâneos, valor instrumental na natureza	Equidade intra e intergeracional (pobres contemporâneos e gerações futuras), valor instrumental na natureza	Interesse coletivo sobrepuja o interesse individual, valor primário dos ecossistemas e valor secundário para suas funções e serviços	Bioética (direitos e interesses conferidos a todas as espécies), valor intrínseco da natureza	ÉTICA
Sustentabilidade Muito Fraca	Sustentabilidade Fraca	Sustentabilidade Forte	Sustentabilidade Muito Forte	GRAU DE SUSTENTABILIDADE

Fonte: Adaptado de Pearce, 1993.

Quadro 1.1 – Quadro de Pearce para os diferentes graus da sustentabilidade



Fonte: Moldan, 1997.

Figura 1.1- Ciclo de tomada de decisões

Guião de Entrevista 1:

Sara Antónia Matos

Directora do Atelier-Museu Júlio Pomar, Lisboa.

Directora do Atelier-Museu Júlio Pomar, desde 2012. É formada em Escultura na Faculdade de Belas-Artes da Universidade de Lisboa, Mestre em Estudos Curatoriais e Doutorada com a tese “Da Escultura à Espacialidade” na mesma Universidade (Bolseira da FCT). Comissária desde 2006, destacam-se as exposições: no MAAT (2017), na Galeria Municipal do Porto (2015), no Millennium BCP (2014), no CAM- Fundação Calouste Gulbenkian (2014), no Atelier-Museu Júlio Pomar (desde 2013), na Fundação Carmona e Costa, etc., e exposições com Obras da Colecção da Caixa Geral de Depósitos (2011), etc. Publica regularmente ensaios sobre arte, em catálogos e revistas da especialidade e é coordenadora da colecção Cadernos do Atelier-Museu Júlio Pomar. É membro da AICA/SP- Associação Internacional dos Críticos de Arte; leccionou na Faculdade de Belas-Artes da Universidade de Lisboa como convidada e, entre 2011 e 2013, foi coordenadora e docente do Departamento de Escultura do Arco.

1. A dissertação que eu estou a elaborar tem como título “A Sustentabilidade e Alteração das Dinâmicas dos Mercados de Arte”. Nesse sentido, as perguntas nesta entrevista serão sobre a sua opinião acerca da sustentabilidade e alteração das dinâmicas dos Mercados de Arte. Do seu ponto de vista enquanto Diretora do Atelier-Museu Júlio Pomar, o que nos pode contar sobre a sustentabilidade nos mercados de arte?

R:

2. Como encara sustentabilidade no dia-a-dia da Instituição que dirige?

R:

3. Tendo sido júri dos Prémios de Curadoria Atelier-Museu Júlio Pomar/EGEAC, que conta já com 3 edições, quais as características que procura nos curadores que se apresentam a concurso?

R:

4. Como caracteriza a nova geração de curadores?

R:

5. Considera que os projetos de curadoria atuais se centram em temas diferentes daqueles que têm existido ou considera que existem sempre temas em comum?

R:

6. Com a pandemia, foi unânime a aposta no *online* quer de instituições, como Museus, quer de galerias comerciais e feiras internacionais. O que nos pode contar do Museu?

- a. Como ocorreu a sua experiência no Atelier-Museu?

R:

7. Considera que os artistas têm um papel determinante em consciencializar, através das suas obras e exposições, os indivíduos para práticas sustentáveis?

R:

8. Considera que os curadores e comissários têm um papel determinante em trazer temas diferentes para debate, através das exposições, artistas escolhidos, textos e críticas?

R:

Guião de Entrevista 2:

Maura Marvão

Representante da Phillips em Portugal e Espanha.

(Porto, 1970)

Licenciada em Direito pela Universidade Católica Portuguesa e tem o Mestrado em Arts Administration pela New York University. Trabalhou nas Nações Unidas e no New Museum of Contemporary Art em Nova Iorque. Em Portugal integrou diversos projetos ligados à cultura e lecionou a disciplina de marketing cultural em várias instituições, entre elas na Universidade Católica Portuguesa, Escola das Artes. É a representante em Portugal e Espanha da leiloeira Phillips. Foi presidente da ADIAC, Associação de Difusão Internacional de Arte Contemporânea, é membro do Conselho de Administração da Fundação da Juventude com o pelouro da cultura, é membro do Conselho de Administração da Associação Bagos D'Ouro, é presidente dos Amigos da Fundação Ricardo Espírito Santo Silva e fundadora e presidente do núcleo português do National Museum for Women in the Arts de Washington.

1. A dissertação que eu estou a elaborar tem como título “A Sustentabilidade e Alteração das Dinâmicas dos Mercados de Arte”. Nesse sentido, as perguntas nesta entrevista serão sobre a sua opinião acerca da sustentabilidade e alteração das dinâmicas dos Mercados de Arte. Do seu ponto de vista enquanto profissional dos Mercados de Arte, o que nos pode contar sobre a sustentabilidade nos mercados de arte?

R:

2. Com a pandemia, foi unânime a aposta no *online* quer de instituições, como Museus, quer de galerias comerciais e feiras internacionais. O que nos pode contar do que aconteceu na Phillips?
 - a. Como ocorreu a sua experiência?

R:

3. Considera que os artistas têm um papel determinante em consciencializar, através das suas obras e exposições, os indivíduos para práticas sustentáveis?

R:

4. Considera que os curadores e comissários têm um papel determinante em trazer temas diferentes para debate, através das exposições, artistas escolhidos, textos e críticas?

R: