

MEDIAÇÕES EM ZIGUE-ZAGUE: OCORRÊNCIAS INSTITUCIONAIS E EXTRAINSTITUCIONAIS NAS INTERAÇÕES COM PÚBLICOS

Diogo de Moraes / PPGAV – ECA – Universidade de São Paulo

RESUMO

O artigo propõe a confrontação de práticas em mediação cultural com as políticas institucionais no campo das artes visuais. Toma-se como estudo de caso a política da Fundação Bienal de São Paulo relativa às formas de atração e arregimentação de segmentos do público, com ênfase nos estudantes e professores do ensino básico. A esta política são contrapostas proposições da mediação extrainstitucional dedicadas à análise crítica dos modos de interação dos públicos com as ofertas culturais calcadas nas premissas da democratização cultural. A análise busca problematizar a perspectiva difusionista e assimétrica inerente aos empreendimentos de democratização do acesso aos bens culturais.

PALAVRAS-CHAVE

mediação cultural; crítica institucional; mediação extrainstitucional; públicos e contrapúblicos.

ABSTRACT

The article proposes a confrontation of practices in cultural mediation with institutional policies in the field of visual arts. Take as a case study the policy of the Fundação Bienal de São Paulo on ways of attraction and recruitment of public segments, with emphasis on students and teachers of basic education. At this policy are opposed propositions of extra institutional mediation dedicated to critical analysis of modes of public interaction with cultural offerings based in the premises of cultural democratization. The analysis seeks to question the diffusionist and asymmetric perspective inherent in initiatives seeking the democratization of access to cultural goods.

KEYWORDS

cultural mediation; institutional criticism; extra institutional mediation; publics and counterpublics

Introdução

Este artigo se ocupará de aspectos provenientes de duas áreas distintas, embora interdependentes, do campo das artes visuais, a saber, a *mediação cultural* e as *políticas institucionais* de centros de exposição. Da primeira, serão abordadas experiências em mediação e arte, orientadas por situações de interação com públicos. Da segunda, serão observados elementos ligados principalmente à afluência dos públicos às exposições e as estratégias de atração aí implicadas. Acredita-se que este cotejo permitirá, em alguma medida, problematizar os critérios e diretivas que, de um ponto de vista hegemônico, têm balizado as políticas de acesso dos públicos aos bens culturais.

Em sintonia com os pensamentos do pesquisador Cayo Honorato e da educadora e artista Carmen Mörsch, a mediação será abordada como prática cultural específica, que opera com problemáticas e dispositivos próprios. Neste sentido, entende-se não caber a ela a função de distribuir e facilitar sentidos elaborados por outras instâncias do campo da arte - como ocorre na maior parte dos casos quando observamos os programas educativos das instituições culturais, dedicados a incluir novos públicos ao universo das exposições, estabelecendo conexões entre estes e os conteúdos aí exibidos, mediante processos não-formais de ensino-aprendizagem e busca pela ampliação dos repertórios do *outro*.

Em lugar de se comprometer com o binômio inclusão-conexão, a mediação que nos interessa se dedica à sondagem, registro e análise crítica das aproximações (e desencontros) dos públicos com as produções artísticas difundidas por museus e outros espaços de exposição.

Nota-se que as políticas institucionais geralmente enquadram a figura do *outro* como a daquele que possui uma formação cultural supostamente deficitária, no sentido de carência a ser sanada. Enquanto público não-iniciado, ele faria parte dessa vaga entidade identificada como *plateia em potencial*, alcançável mediante estratégias de categorização e arregimentação, como veremos.

Instituição cultural e instrumentalização dos públicos

Entende-se que a instituição cultural, com suas respectivas missões e políticas, exerce uma significativa influência sobre as práticas especializadas que, conjugadas, lhe dão corpo: museográfica, curatorial, artística e pedagógica, por exemplo. São estas práticas, combinadas a várias outras e desempenhadas em uma estrutura funcional hierarquizada, que conformam o lugar espacial e discursivo corporificado pela instituição. Importante mencionar, ainda, as contingências e toda a sorte de pressões - internas e externas - que interferem nas decisões e ações institucionais.

Neste sentido, pode-se inferir que a instituição cultural participa de um sistema social, político e econômico altamente complexo, permanecendo intimamente vinculada às suas circunstâncias. Eilean Hooper-Greenhill nos lembra que os “museus sempre modificaram a sua forma de trabalhar, e conseqüentemente aquilo que faziam, de acordo com o contexto, os jogos de poder e os imperativos sociais, econômicos e políticos que o cercavam”¹ (HOOPER-GREENHILL, 1992, p. 01). O que significa destacar, desde já, que tanto a ação institucional quanto a produção artística e a própria mediação são partes integrantes desse tabuleiro loteado por diferentes instâncias de poder.

Identificada como um terreno de disputas e conflitos de interesse - distante, portanto, de qualquer neutralidade e objetividade – a instituição cultural corresponde a um organismo (sempre em relação a outros), onde diferentes anseios, expertises, orientações ideológicas e sensibilidades de seus agentes estão a todo tempo se confrontando. Nessa arena de especialistas e “tomadores de decisão” tem cabido aos públicos, a partir do momento em que as portas dos museus lhes foram abertas, no final do século XVIII, papéis pré-determinados e muitas vezes instrumentalizados, ou seja, passaportes de acesso pautados por premissas e protocolos esquadrihados à revelia do que poderiam ser os seus interesses e desejos, já que desde o início o objetivo do “museu para todos” foi o de conformar esses públicos, incluindo aí a classe trabalhadora, às exigências de um *projeto civilizatório*.

Embora em outras bases, o *projeto civilizatório* colocado em prática pela instituição cultural continua a vigorar no presente, incorporando ao seu cabedal as iniciativas do processo de *financeirização da cultura*, inclusive no que diz respeito à dinâmica de afluência dos públicos aos museus e espaços de exposição. Nesses espaços, a entrada dos visitantes - ao girar a catraca - é capitalizada na soma geral das metas, sendo esta uma das contrapartidas oferecidas pelas instituições às corporações que financiam suas exposições, ou que delas se beneficiam fazendo marketing com dinheiro público, via isenção fiscal, como no caso brasileiro.

Um exemplo emblemático de instrumentalização dos públicos praticada pela instituição cultural pode ser encontrado no discurso do atual presidente da Fundação Bienal de São Paulo, o empresário Luis Terepins, que em depoimento gravado para um vídeo institucional da 31ª edição da Bienal², em 2014, comenta:

Nós conversamos muito sobre este processo do Educativo, de poder chegar nesse público ampliado, que eu chamo de *público forçado*, que são as duzentas/trezentas (sic) mil crianças, os trinta mil educadores e professores que passam por um processo de formação que temos aqui na Bienal. (TEREPINS, 2014, grifo nosso)

Evidente que esta máxima do gestor de uma das mais importantes instituições culturais brasileiras não surge de forma isolada, como uma aberração ou um deslize de um empresário que se pôs a atuar no campo cultural. Longe disso, a sentença está completamente respaldada por uma dinâmica institucional consolidada, que compreende o que sejam os diferentes públicos das exposições e das ações de mediação em bases *apriorísticas*, amplas e vagas, a partir de subdivisões e macroagrupamentos que os classifica e os organiza abstratamente com finalidades funcionais. São exemplos frequentes: *público escolar*, *público espontâneo*, *público agendado*, *público especial*, *público socialmente vulnerável*, *público da terceira idade*, *público VIP*, *público universitário*, *público familiar* e *público especializado*. O “mérito” de Terepins no referido caso foi justamente o de ter conferido uma acepção constrangedora³ (em sentido duplo) à designação de um desses segmentos, o *escolar*, identificando-o como *forçado*.

Público forçado X contrapúblico

À noção de *público forçado* seria oportuno confrontar a ideia de *contrapúblico*. Submetido a um tipo de gestão que perfila as audiências em função de propósitos estranhos aos interesses dos indivíduos e coletividades, o *contrapúblico* irrompe de forma inesperada e até mesmo improvável neste cipoal institucional que, em/por princípio, parece ceifar sumariamente a possibilidade de sustentação e autoafirmação de *sujeitos políticos* enquanto públicos cientes de si.

Mas como propõe Michel de Certeau, ocasiões as mais diretas ou degradantes representam, irônica e inversamente, oportunidades de manobra para aqueles que estariam sob o jugo de forças alheias. Justamente aí seriam praticadas, de forma insidiosa e desobediente, as táticas e astúcias dos mais fracos, mediante *gestos oposicionais, desvios semânticos, profanações comportamentais e dobras linguísticas*. (ERTEAU, 1994).

É no rastro dos *contrapúblicos*, de acordo com a definição de Michael Warner, que encontramos afrontas à ideologia dominante. Estes segmentos insurgentes, segundo o autor, orientam-se pela “ética do estranhamento”, produzindo rasgos nos discursos instituídos (WARNER, 2008, p. 79). Buscando tomar de volta para si o poder de decisão sobre suas escolhas, interesses e formas de conduta, o *contrapúblico* pode ser identificado como:

um grupo dominado [que] aspira a se recriar na condição de público, e ao fazê-lo encontra-se em conflito não só com o grupo social dominante, mas também com as normas que constituem a cultura dominante [...]. (WARNER, 2008, p. 78)

No entanto, o *aparelho institucional propositivo* personificado pelo museu e demais espaços de exposição mantem-se surdo, ou indiferente, às insurgências dos públicos manifestas sob a forma de *composições táticas improvisadas*. Estas se dão na duração do tempo - no tempo de visitação às exposições, mas também antes e depois dela - e, portanto, prescindem de suportes físicos e da prerrogativa espacial, estes sim privilégios da instituição e das práticas especializadas que lhe dão corpo. Tal surdez estaria ligada a uma espécie de blindagem forjada em torno do “inquestionável” papel social benéfico exercido pela instituição em sua missão de

difundir os exemplares da cultura legítima e, assim, garantir o acesso *para muitos* daquilo que é produzido *por poucos*, conforme o lema da *democratização cultural*.

Como se sabe, a instituição geralmente arroga para si a função de informar os públicos acerca dos objetos culturais merecedores de reconhecimento, valoração, conservação, pesquisa e exibição. Estes objetos são afirmados como representantes materiais de saberes dignos de serem aprendidos e, de diferentes formas, apropriados pelos públicos. Como sugere Greenhill, o museu oferece o conhecimento como *commodity*, acreditando em sua capacidade de transformar a percepção e o conhecimento dos públicos, o que tende reforçar a perspectiva unilateral da ação institucional (HOOPER-GREENHILL, 1992, p. 02).

Andreas Huyssen, por sua vez, nos alerta ser insuficiente o tipo de *crítica institucional* que se ocupa exclusivamente do trabalho de desvelar e problematizar os mecanismos que fazem dos museus e espaços de exposição o lugar por excelência da “ordem simbólica”. Embora reconheça a pertinência e a necessidade dessa *crítica*, Huyssen faz uma provocação no sentido de complexificá-la, ao dizer que:

[...] a crítica meramente institucional alinhada com os aparatos ideológicos de conhecimento e poder, que operam de cima para baixo, precisa ser complementada por uma perspectiva às avessas, que investigue o desejo do espectador e as inscrições do sujeito, a resposta do público, o interesse dos grupos e a segmentação das esferas públicas sobrepostas, dirigidas a uma grande variedade de museus e exposições. (HUYSSSEN, 1994, p. 38)

Ainda que Huyssen, como filósofo, não caminhe por esta vereda que ele mesmo identifica como ‘sociológica’, ela propiciaria a sondagem e faria repercutir o que o autor formula como “uma sobra de significados [no interior do mecanismo museal] que excedem o conjunto das fronteiras ideológicas, abrindo assim um espaço para a reflexão e a memória contra-hegemônica” (HUYSSSEN, 1994, p. 37).

Este viés (não adotado por Huyssen) parece fornecer pistas importantes para o trabalho da mediação cultural. O exemplo abaixo, capturado por mim durante a visita a uma exposição promovida pela Bienal de São Paulo, reflete tal perspectiva:

Foi durante uma visita mediada à mostra *30 x Bienal*, com um grupo de pré-adolescentes da rede pública do ensino, que estiquei meus ouvidos de visitante bisbilhoteiro e me pus a escutar, a média distância, a conversa entre os estudantes e a educadora da exposição - uma jovem estagiária segundanista de graduação. O assunto naquele momento era o trabalho do artista Waltércio Caldas. Um dos garotos, sem pedir licença e desviando totalmente o rumo do papo, lançou a seguinte questão: “A Bienal é de quem? Quem banca essa exposição?”. Pega de surpresa, e buscando se situar diante da pergunta, a educadora buscou traduzir para si e para o restante do grupo a indagação do garoto: “Você quer saber de onde vem o dinheiro que paga toda essa estrutura, e a quem pertence a Fundação Bienal?”. Ao que o garoto respondeu de forma decidida: “Isso, isso mesmo!”. (MORAES, 2014, p. 245)

Autocrítica como modo de estar *dentro e fora* da instituição

A autocrítica constante e sistemática apresenta-se como um compromisso inescapável aos agentes envolvidos com o mecanismo institucional. No entanto, Greenhill nos apresenta um panorama do final dos anos 1980 cuja balança parece pender para o lado contrário:

Ainda recentemente, trabalhadores de museus permaneciam desatentos acerca de suas práticas e acrílicos quanto aos processos com os quais estão empenhados em seu dia a dia. Dentro das práticas do museu, o criticismo ou a reflexão sobre o trabalho cotidiano têm sido realmente muito fracos. A reflexão crítica, de fato, sofre resistência por parte de alguns curadores que se veem como pessoas práticas que não têm tempo para gastar com essa atividade improdutiva. A maior parte dos trabalhadores dos museus, ainda muito recentemente, procedia sem objetivos claros, sem entender ou estar de acordo com as políticas institucionais [...]. (HOOPER-GREENHILL, 1992, p. 3)

Seguindo as ponderações de Greenhill, esta “desatenção” dos trabalhadores de museus se mostra tão mais delicada quanto mais as relações de poder em ação no interior dos museus pautam e orientam as discussões relativas às coleções, incluindo as decisões sobre a seleção e aquisição de obras, a organização espacial das exposições e a delimitação temporal das mesmas. Está em jogo aí uma posição de poder que autoriza um seleto grupo a determinar *o que poderá ser visto, como poderá se visto e quando será visto*. Resta aos públicos que visitam os museus contemplar as coleções organizadas em displays calculadamente preenchidos pelas obras, com estas posicionadas de maneira restritiva e protegidas de modo a reforçar sua condição de objetos imaculados. Tudo isso para dizer que “as definições dos

significados das coleções são restritas à esfera privada dos agentes do museu” (HOOPER-GREENHILL, 1992, p. 7).

Caberia encetar neste contexto uma prática crítica, pelo viés da mediação, que se proponha a conceber dispositivos de escuta e amplificação daquilo que seriam as tácticas e ruídos produzidos pelos públicos e *contrapúblicos* em meio à orquestração institucional. Entendendo que desta encruzilhada (aquilo que a instituição propaga X os usos que os públicos fazem disso) poderiam advir reações imprevistas e *saberes outros*, capazes de fornecer artefatos simbólicos para um programa de desconstrução, ou no mínimo de relativização, do discurso institucional hegemônico. Daí a exigência de uma prática que oscile entre o trabalho com a instituição e a atuação com os públicos, mas não no sentido de instruí-los e nem de criar pontes entre eles e os conteúdos em exposição.

Cunhado por Cayo Honorato, o conceito de *mediação extrainstitucional* corresponde a uma forma de atuação que desafiaria o mediador a estar, ao mesmo tempo, *dentro e fora* da instituição, buscando driblar seus enredamentos e criando situações que problematizem a lógica da democratização cultural já mencionada acima. Neste sentido, o mediador se colocaria à espreita tanto das normativas da ação institucional quanto das reações dos públicos e *contrapúblicos* às ofertas culturais, buscando trazer à tona o que Jesús Martín-Barbero denomina como “imbricações conflitivas”, comumente desaparecidas pela engrenagem institucional (HONORATO, 2015).

Haveria aqui um paralelo com a figura do *ombudsman* no jornalismo, com a diferença de que, no jornalismo, este papel é exercido com o respaldo da empresa de mídia contratante no que tange a estabilidade financeira e empregatícia deste profissional. Já para o mediador, cujo estatuto profissional sabemos ser tão frágil e precário, esta empreitada representaria ainda mais um risco à sua atuação na instituição. Porém, em sintonia com o pensamento de Honorato, trata-se de esboçar o que poderia vir a ser (já sendo) um *movimento cultural* de agentes (extra)institucionais dispostos a *estar não estando* na instituição, formulando a sua crítica mediante a invenção de ferramentas operativas, cujos resultados possam ser publicizados.

Algo desse *movimento ziguezagueante* do mediador pode ser observado em uma paródia encenada por Andrea Fraser, artista ligada à vertente artística que se convencionou chamar de *crítica institucional*. Notamos em sua encenação a problematização dos discursos e protocolos institucionais e da mediação que muitas vezes lhe serve de porta-voz. Em *Museum Highlights: a Gallery Talk* a artista personifica uma eloquente monitora de exposições, chamada Jane Castleton (FRASER, 2005, p. 95–114).

A ação, realizada em 1989, se traduz em uma visita guiada ao acervo do Museu de Arte da Filadélfia, envolvendo visitantes que se reúnem ao redor de Castleton acompanhando-a em seu roteiro através das salas de exposição (e também a outros espaços), escutando a extensa bricolagem de sentenças e explicações que ela vocaliza. Entre as muitas assertivas, a monitora declara que os objetos de arte são menos representações *dirigidas* às pessoas do que *para a construção* delas. Nesta direção, afirma que as obras expostas no museu, bem como os enunciados da monitoria, seriam determinantes na conformação do "espaço, linguagem e lógica com que os interesses e os desejos do observador podem ser articulados", desvelando assim parte dos esquemas discursivos e valorativos que alicerçam as missões institucionais (FRASER, 2005, p. 95–114).

Neoliberalismo como norte institucional

É curioso e sintomático que o atual presidente da Fundação Bienal de São Paulo, Luis Terepins, faça menção ao ato de *forçar* a presença de um seguimento dos públicos na 31ª edição da mostra – neste caso o *escolar*. Tudo indica que o seu discurso esteja em plena sintonia com as dinâmicas socioeconômicas do século XXI e final do XX, pautadas pela ideologia neoliberal, conhecida pela assertividade de suas estratégias de produção e fidelização de consumidores, o que apenas reforça o quão visceralmente a instituição cultural está atrelada às instâncias de poder, que cada vez mais tem o mercado como norte.

A propósito da relação fisiológica entre instituição cultural e mercado, Hans Haacke, outro artista comprometido com a *crítica institucional*, nos coloca a par do depoimento do presidente da Cartier, Alain-Dominique Perin, que numa entrevista

em meados dos anos 1980 declara: “o mecenato não é apenas um formidável instrumento de comunicação; muito mais do que isto, ele é um instrumento de sedução da opinião”, para depois emendar que o dinheiro gasto pela Cartier com iniciativas artístico-culturais visaria “metas que nada têm a ver com o amor à arte”, deixando clara a vocação distinta e pragmática da estratégia de marketing de sua empresa quando comparada com o que, outrora, havia sido praticado por mecenas devotados aos encantos da arte (HAACKE; BOURDIEU, 1995, p. 28).

Eficaz “investimento simbólico”, para usar o termo de Pierre Bourdieu quando em diálogo presencial com Haacke, o mecenato da era neoliberal traz consigo ainda outra peculiaridade, conforme nos explica o segundo: “os contribuintes pagam aquilo que as empresas recuperam através de isenções fiscais pelas suas “doações”, e somos nós quem verdadeiramente subvencionamos a propaganda” (HAACKE; BOURDIEU, 1995, p. 28).

Vale lembrar, aqui, a lógica que define a principal lei de incentivo à cultura no Brasil, a Lei Rouanet: um mecanismo institucionalizado, e largamente praticado, de isenção fiscal por meio do “patrocínio” a eventos e iniciativas no âmbito cultural. (As aspas no *patrocínio* servem para indicar que pouco ou nada há de dinheiro efetivamente privado nessa modalidade de financiamento). Trocando em miúdos, trata-se de uma estratégia de *marketing cultural* pago com dinheiro público, do contribuinte, portanto, na medida em que as empresas gozam de abatimento em seus impostos e, além disso, têm a prerrogativa de escolher qual evento apoiar, optando por aqueles que supram os seus interesses imediatos e que, logo, correspondam a *investimentos simbólicos* certos.

Este foi o mecanismo que garantiu, por exemplo, a maior parte dos recursos financeiros da 31ª edição da Bienal de São Paulo, a mesma a que Terepins se refere no vídeo institucional, cujo orçamento total ficou em R\$ 24 milhões. Na *Carta do Presidente*⁴, publicada no site da 31ª Bienal, Terepins utiliza outra terminologia para se referir ao *público escolar*. Neste documento ele faz menção à “ativação de novos públicos”, um eufemismo que, embora menos agressivo do que a expressão *público forçado*, ainda assim pressupõe os públicos como entidades abstratas e inertes, “ativáveis” pela ação institucional.

Pode-se depreender da leitura da carta qual seria uma das principais contrapartidas oferecidas pela Bienal aos “patrocinadores” da mostra: a frequência exponencial de crianças e jovens em fase escolar, arregimentados, organizados e guiados pela equipe do seu amplo programa educativo. Para tais empresas, esta *máquina arregimentadora de visitantes escolares* geraria significativos benefícios em pelo menos duas frentes: 1º) a associação de suas marcas a um evento cultural que se afirma socialmente comprometido com a educação; e 2º) a exposição de suas marcas aos consumidores de um futuro próximo (e também do presente).

Como nos alerta a educadora e artista Carmen Mörsch, responsável pelo programa educativo da Documenta 12 (2007), o engajamento neoliberal no âmbito da cultura deve ser observado com o máximo de atenção, inclusive por conta de sua habilidade em apropriar-se de dimensões da subjetividade caras aos processos artísticos e pedagógicos, em favor dos ditames do sistema financeiro. Nessa seara ambígua, virtudes como criatividade, flexibilidade, comunicabilidade, resiliência, sociabilidade e espírito de equipe são apropriadas como pré-requisitos de sobrevivência em um ambiente moldado cada vez mais pelos ditames do mercado. Mörsch evoca, neste contexto, a política de governo de Tony Blair - primeiro ministro da Inglaterra entre 1997 e 2007 - que “(re)descobre a educação cultural como um fator de desenvolvimento econômico e de favorecimento da coesão social” (MÖRSCH, 2009, p. 16).

Não é por acaso, portanto, que desde os anos 1990 os agentes institucionais vêm demonstrando interesse crescente pelos programas educativos, compreendidos como conjuntos de serviços pedagógicos legitimadores da função social dos museus e espaços expositivos. Tais programas cumprem aí um duplo papel, visto que ao transformar os públicos atendidos em unidades mensuráveis respaldam as estratégias de captação de recursos financeiros para as ações institucionais.

Nesta direção, a *máquina arregimentadora de visitantes escolares* colocada em funcionamento através do/pelo programa educativo da Bienal de São Paulo⁵ fornece as bases necessárias para a concretização da política da instituição e de sua estratégia de captação de recursos, a ponto de configurar um dos principais aspectos da pauta apresentada pela direção ao time de curadores da 31ª Bienal⁶, conforme nos conta Pablo Lafuente, um de seus integrantes:

Em abril de 2013 recebemos um convite para organizar a 31ª Bienal de São Paulo. Um convite para fazer uma exposição em uma cidade e um país onde não morávamos, com uma possível audiência de meio milhão de pessoas, quase a metade delas estudantes, visitando em grupo com recursos facilitados por administrações políticas. Era difícil responder a esse convite com um não, mas também era difícil dar um sim que fosse acompanhado de uma compreensão dessa *tarefa* em toda sua complexidade. (LAFUENTE, 2014, p. 274, grifo nosso)

O comentário de Lafuente parece revelar um tipo de inversão da relação habitual (também problemática) entre curadorias e ações educativas, visto que os departamentos educativos estão quase sempre “correndo atrás” para compreender e traduzir aquilo que fora definido previamente pelas curadorias em termos conceituais e expositivos. Já no caso relatado, a curadoria da mostra parece ter sido convidada pela instituição a dar conta de conceber uma exposição que fosse compatível com a engrenagem construída previamente pelo programa educativo no que diz respeito ao recebimento de grupos escolares em larga escala. O que não quer dizer que o projeto da 31ª Bienal tenha se limitado a essa engrenagem. Ao contrário, o time de curadores aqui representado pela figura de Lafuente procurou manter desde o início um distanciamento crítico em relação ao modo de operar do programa educativo, inclusive por percebê-lo como agente-cúmplice de uma lógica institucional questionável:

As instituições [brasileiras] de arte operam com uma ênfase na educação que tem criado grandes aparatos educativos e, ao mesmo tempo, um sistema de geração de públicos, o que resulta em um valor simbólico e um valor econômico para a instituição em particular (por exemplo, a Bienal) e para a instituição 'arte' em geral. No limite, pode-se dizer que a atividade educativa das instituições de arte contemporânea constitui um dos principais mecanismos de autorreprodução das próprias instituições. (LAFUENTE, 2014, p. 275)

Discursos da mediação cultural

A mediação cultural tem se posicionado de diferentes maneiras diante das políticas institucionais. Mörsch identifica quatro diferentes tipos de discurso assumidos pela mediação atualmente: *afirmativo*, *reprodutivo*, *desconstrutivo* e *transformativo*. Seu escrutínio mostra-se bastante útil ao revelar possibilidades tanto de reiteração/comunhão quanto de estranhamento/desvio da mediação frente às

diretivas e pressões a que é geralmente submetida no âmbito institucional (MÖRSCH, 2009, p. 9–12).

Enquanto discurso predominante, o *afirmativo* assume a comunicação das missões institucionais como uma constante de suas ações junto aos públicos, informando-os acerca das coleções, pesquisas, modos de conservação e exibição, sempre no sentido da promoção do patrimônio cultural. Este discurso concebe a arte como um domínio especializado e, por esse motivo, destina suas ações à fatia do público iniciado, formada por pessoas familiarizadas com os saberes e códigos da arte e suas exposições. Compõem o arco de suas ações formatos como: conferências, visitas orientadas conduzidas por especialistas, programas de filmes e publicações (catálogos, livros etc.).

O segundo discurso, também majoritário, é o *reprodutivo*. Entre as diferenças em relação ao *afirmativo*, está o fato de que ele se endereça aos “públicos de amanhã”, aos indivíduos que, por ainda não serem frequentadores das exposições, são a elas introduzidos mediante formas de facilitação do acesso. Grosso modo, ele corresponde à famigerada política de “formação de públicos”, incluindo grupos escolares, famílias, crianças e indivíduos que, por motivos sociais, econômicos ou culturais, estejam distantes do universo dos museus e exposições. Os formatos mais frequentes do discurso *reprodutivo* são: oficinas segmentadas de acordo com características dos públicos, visitas guiadas às exposições, programas destinados a pessoas com necessidades especiais, acrescidos por eventos dirigidos a grandes plateias, como jornadas especiais e Viradas Culturais.

Com incidência bem menor aparece o discurso *desconstrutivo*. Vinculado à *museologia crítica* e seus desenvolvimentos a partir da década de 1960, sua ênfase está no exame crítico – junto com os públicos – das dinâmicas dos museus e suas exposições, bem como dos processos educativos aí praticados, não raro comprometidos com os cânones da arte e as premissas da instituição que a representa. Este discurso parte do princípio de que os museus e espaços de exposição correspondem a mecanismos de distinção/exclusão e de construção de verdades. Além disso, apropria-se do potencial desconstrutivo inerente às estratégias artísticas, muitas vezes tomando-as como molas propulsoras de

intervenções e performances em contextos expositivos, desencadeados por mediadores e artistas imbuídos do exercício da *crítica institucional*, envolvendo públicos convidados ou não. Também fazem parte de suas iniciativas projetos com públicos identificados como excluídos ou discriminados pela instituição, e visitas mediadas a exposições tendo por foco a desnaturalização, relativização e crítica dos mecanismos de poder que garantem à instituição o estatuto de difusora privilegiada das manifestações das culturas tidas como legítimas.

Ainda mais incomum, o discurso *transformativo* da mediação chama para si o desafio de ampliar e redirecionar o escopo de atuação da instituição cultural, buscando apropriar-se dela com vistas a promover mudanças sociais. Interessante notar que esta modalidade de discurso arriscará a inversão da tão propalada capacidade dos museus e suas exposições de *transformar* os públicos em termos de sensibilidade e conhecimento. Em vez disso, a instituição passa, ela própria, a ser alvo de processos de *transformação*, na medida em que é percebida como “organização modificável”, para usar um termo de Mörsch. (2009, p. 09–12) A lógica de fato se inverte a ponto da mediação se livrar do compromisso de introduzir determinados segmentos do público ao mundo da arte - com tudo o que este tem de autorreferente - para, ao invés disso, produzir na instituição fissuras através das quais esta possa se abrir ao mundo circundante e a seu ambiente social.

Os dois últimos discursos traçariam, portanto, o horizonte da mediação que nos interessa. Ou seja, uma prática que problematiza a missão institucional de arregimentar, ativar e transformar o *outro* mediante o contato com os exemplares artístico-culturais legitimados e ofertados pelos centros de exposição. Em lugar disso, e junto com o *outro*, busca conferir visibilidade a reações dos públicos que trazem consigo índices de oposição à hegemonia cultural, mediante a criação de plataformas para a publicização e reconhecimento de *saberes outros*, os quais teriam o potencial de produzir descontinuidades e desvios no discurso institucional, desafiando e, não raro, afrontando a sua credibilidade.

Notas

[1] As referências cujas fontes estão em língua estrangeira têm tradução nossa.

[2] Vídeo disponível em: <<http://arte1.band.uol.com.br/bienal-2014/>> Acesso em: 03.07.2015.

[3] Por ocasião da veiculação da entrevista, soube-se que a coordenação do programa educativo da Bienal prontamente procurou Terepíns para alertá-lo do tom “inadequado” da expressão *público forçado*.

[4] Disponível em: <<http://www.31bienal.org.br/pt/about/749>> Acesso em: 03.07.2015

[5] A curadoria educativa, na ocasião abarcada por este artigo, esteve sob os cuidados de Stela Barbieri.

[6] O time de curadores da 31ª Bienal era formado por: Charles Esche, Galit Eilat, Nuria Enguita Mayo, Pablo Lafuente, Oren Sagiv, Luiza Proença e Benjamin Seroussi.

Referências

CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano – 1. Artes do fazer*. Petrópolis: Vozes, 1994.

FRASER, Andrea. *Museum Highlights: The Writings of Andrea Fraser*. Cambridge: MIT Press, 2005.

HAACKE, Hans; BOURDIEU, Pierre. *Livre-troca: diálogos entre ciência e arte*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1995.

HONORATO, Cayo. *Mediação extrainstitucional*. Disponível em: <<http://periodicos.unb.br/index.php/museologia/article/view/14971/10730>> Acesso em: 03.07.2015

HUYSSSEN, Andreas. “Escapando da amnésia – o museu como cultura de massa”. *Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional*, nº 23, 1994, pp 35-57.

HOOPER-GREENHILL, Eilean. “What is a museum?” In: HOOPER-GREENHILL, E., *Museums and the shaping of knowledge*. London/N. York: Routledge, 1992, pp 01-22.

LAFUENTE, Pablo. “Arte, educação, classe”. *Revista Urbânia (Educação)*, nº 5, 2014, pp 274-275.

MORAES, Diogo de. “Episódios contrapúblicos”. *Revista Urbânia (Educação)*, nº 5, 2014, pp 245-247.

MÖRSCH, Carmen. “At a Crossroads of Four Discourses: documenta 12 Gallery Education in between Affirmation, Reproduction, Deconstruction, and Transformation”. *documenta 12 education II. Between Critical Practice and Visitor Services Results of a Research Project*, 2009, pp 09-31.

TEREPINS, Luis. Bienal 2014 Disponível em: <http://arte1.band.uol.com.br/bienal-2014/> Acesso em: 03.07.2015.

WARNER, Michael. *Públicos y contrapúblicos*. Barcelona: Museu d'Art Contemporani de Barcelona y Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona, 2008.

Diogo de Moraes

Mediador cultural e artista visual. Representado pela Galeria Virgílio. Coordenou o Núcleo Educativo do Paço das Artes. Foi docente do Curso para Professores da 29º Bienal SP. Publicou no Fórum Permanente, Canal Contemporâneo, Revista Urbânia e Piseagrama. É mestrando no Programa de Poéticas Visuais da ECA/USP. Atualmente, é editor residente da revista Periódico Permanente e assistente técnico no Sesc–SP.