

A DEMOCRATIZAÇÃO FALIDA DA AMÉRICA LATINA: QUESTÕES SOBRE PÚBLICOS, ACESSO E DISTRIBUIÇÃO DE ARTES CONTEMPORÂNEAS.

Nirlyn Karina Seijas Castillo¹

Resumo

Este artigo toma como referência fundamental o capítulo III: Artistas, Intermediários e Públicos, Inovar ou democratizar? do livro Culturas Híbridas do Néstor García Canclini, para compor uma discussão sobre as tentativas de popularização e democratização das artes contemporâneas no Brasil com extensão à América Latina. Trazendo exemplos de diversas linguagens das artes, experiências profissionais da autora e as reflexões de Canclini, geramos um diálogo sobre os públicos, sobre as estratégias de distribuição de artes e por último reflexões sobre possíveis novas tentativas que estão começando a ocupar a produtores e artistas nos últimos anos.

Palavras-chaves: democratização, públicos, artes contemporâneas, mediação cultural.

Cultura para elites ou cultura para todos.

Os desajustes entre o modernismo e a modernização são úteis às classes dominantes para preservar sua hegemonia, e às vezes não ter que se preocupar em justificá-las, para ser simplesmente classes dominantes. Na cultura escrita, o conseguiram limitando a escolarização e o consumo de livros e revistas. Na cultura visual, através de três operações que fizeram possível às elites reestabelecer repetidamente, na frente de cada câmbio modernizador, sua concepção aristocrática: a) espiritualizar a produção cultural sob o aspecto de “criação” artística, com a conseqüente divisão entre arte e artesanato; b) congelar a circulação dos bens simbólicos em coleções, concentrando-os em museus, palácios e outros centros exclusivos; c) propor como única forma legítima de consumo de estes bens, a modalidade também espiritualizada, hierática, de recepção que consiste em contemplar. (CANCLINI, 1997, p. 67)

Este complexo parágrafo que encontramos em Canclini, no seu livro Culturas Híbridas, introduz de maneira contundente a questão que queremos tratar e contrastar com as práticas das políticas culturais, e por consequência com as práticas artísticas e curatoriais que hoje vivenciamos no Brasil e (por que não?) na América Latina. Quão próximos ou distantes estamos das políticas das classes dominantes aqui nomeadas? Temos conseguido caminhos intermediários, micropolíticas ou modos de resistências que nos diferenciem destas lógicas elitistas de manejar as artes e a cultura? As

¹ Mestranda do Programa Interdisciplinar de Pósgraduação em Cultura e Sociedade. Universidade Federal da Bahia, Salvador, Bahia, Brasil. E-mail: nirlynseijas@gmail.com. Telefone: 55 71 9178 3067.

estratégias que temos usado nos últimos anos tem nos reposicionado frente ao problema da distribuição dos bens culturais?

Este artigo estará focado na questão dos públicos, a democratização e a problemática da relação que as artes contemporâneas continuam estabelecendo com seus consumidores. Apresentaremos reflexões que questionam e traçam o caminho que percorremos, de uma política feita só para alguns a políticas que procuram modificar a distribuição destes produtos artísticos. Sem dúvida o Brasil é exemplo de uma formulação de políticas que procuram transitar caminhos mais complexos a respeito, neste sentido considero que se emarca nesta afirmação:

[...] os movimentos culturais e políticos da esquerda geram ações opostas destinadas a socializar a arte, comunicar as inovações do pensamento a públicos majoritários e fazê-los participar de alguma forma na cultura hegemônica (CANCLINI, 1997, p. 83).

Porém, e apesar do tempo e dos esforços das políticas culturais no Brasil para gerar estratégias de distribuição dos bens simbólicos, e de que tímidamente esta distribuição vem melhorando, as exposições de artes contemporâneas continuam sendo mais espaços de legitimação dos artistas e suas obras, do que espaços de compartilhamento de conhecimento com a sociedade em geral.

Um segmento do sistema das artes continua se preocupando mais nas formas de legitimação e de mercado, do que nas preocupações e “mensagens” das obras, que em grande medida, tem o interesse de promover reflexões nas pessoas que estão para além das fronteiras das artes. A história das artes, os críticos e os teóricos tem-se voltado mais para o aprofundamento do que as obras significam para o próprio circuito das artes e para a elite consumidora, do que ocupados em conectar estes âmbitos com as comunidades que estão nas fronteiras deste circuito. (CANCLINI, 1997, p.72)

Por outro lado, um grupo de iniciativas e projetos, decidem se aderir às lógicas da cultura de massas, onde, às vezes, o público é tratado como indicador num quadro de “sucesso”, desvalorizando a qualidade da relação entre as obras e seus consumidores.

Outro segmento de artistas, gestores, produtores tem uma tripla preocupação: (1) aprofundar na construção, nas metodologias e nas estruturas das suas obras; (2) inserir-se num mercado artístico que garanta sua subsistência tanto no meio quanto economicamente; (3) impactar no âmbito político-social do contexto onde se insere.

Neste último campo, o interesse pelos públicos fica evidente e se manifesta tanto em propostas de como relacionar-se com as obras, como no desejo de apresentar seus trabalhos em mais e diversos espaços.

Estes impulsos criam novas formas de arte, se baseam na tradição (tanto política quanto estética) para também poder criticá-la (CANCLINI, 1997, p.134). Certamente, estamos na frente de correntes que circulam em diversas direções: o interesse dos governos, os interesses do capital, os dos artistas e dos consumidores.

A democratização falida.

Em novembro de 2011 a Plataforma Internacional de Dança PID, que se realiza anualmente na cidade de Salvador, promoveu uma discussão chamada “Público para dança?” onde foram convidados diversos artistas, gestores e produtores para discutir a questão dos públicos para dança. Nesta reunião se socializaram as estratégias que os artistas e produtores estão usando para atrair públicos para seus projetos e se mapearam as estratégias promovidas pelos governos de alguns países latino-americanos, especialmente o Brasil, em função de “obrigar” aos projetos a realizar ações de “democratização”.

Nos últimos anos, sobretudo nos governos de esquerda é muito comum a utilização do campo de “contrapartida” (na apresentação de projetos para pedir apoio financeiro) onde os produtores e artistas submetem as ações que realizarão para contribuir à distribuição dos produtos artísticos produzidos.

Tomamos esta linguagem artística e este grupo de discussão como exemplo para nossa reflexão pela constatação de que, dentro do universo das artes - todas afetadas pela questão dos públicos e os consumidores - a dança está quase sempre desconsiderada e, provavelmente, é a linguagem onde as falências em relação aos públicos são mais evidentes, e suas respostas e mecanismos são ainda incipientes.

Porém esta escolha serve apenas como exemplo. Canclini também traz as problemáticas discutidas por este grupo de artistas da dança na primeira edição de Culturas Híbridas (1990), mas com referência às artes visuais, a literatura e aos produtos de cultura de massas. Em momento nenhum menciona a dança como parte de seu discurso, sem que isso signifique necessariamente que ele desconheça que esta linguagem também sofre as problemáticas que colocaremos a seguir.

Em vários festivais, congressos, artigos, e discussões informais do mundo das artes, a questão do público ainda é uma preocupação. Recentemente, a Fundação Cultural do Estado da Bahia, no marco do Dia da dança, 29 de abril, promoveu uma discussão pública no Teatro Castro Alves, onde convocou aos gestores dos projetos de difusão da dança no Estado (festivais, mostras, encontros, etc) e o principal tema de discussão foi a relação com os públicos.

Reiterando o discutido entre os artistas da dança na PID, eles identificaram que as pessoas não assistem dança por: dificuldade de reconhecer elementos formais implicados nas obras; falta de familiaridade com o fato de ver arte; indisponibilidade financeira para pagar ingressos e transporte; dificuldade para conectar suas experiências corpóreas com a linguagem formal das obras; indisponibilidade perceptiva; valorização da forma de conhecimento literal antes da visual ou simbólica. Em maior ou menor medida estas dificuldades se relacionam com todas as linguagens artísticas e as razões que as produzem são profundas, históricas, porém acreditamos que modificáveis.

Buscamos diferentes soluções à questão da relação artistas-públicos, principalmente porque os artistas e suas obras, longe de serem “seres e coisas iluminadas” como românticamente se entendia, são parte da sociedade e estão constantemente buscando como reinterpretar, resignificar e solucionar suas questões da vida.

Contextualização da obra de arte

Uma primeira linha de essas respostas pragmáticas é a *contextualização pedagógica*. Trata-se de acabar com o monopólio do saber dos especialistas, dando aos neófitos, em tratamentos acelerados, o que lhes falta para serem artistas ou tão informados como eles [...] baseados na muito compreensível tese de que todo produto artístico está condicionado pelo tecido de relações sociais, a museologia, os catálogos, a crítica e os áudio-guias que acompanham as exposições devem situar os quadros e as esculturas no meio de referências contextuais que ajudariam a compreendê-los. (CANCLINI, 1997, p. 129.)

A contextualização pedagógica tem sido por anos a estratégia dos arte-educadores para aproximar aos públicos. Se apresenta de duas formas, a primeira que consiste em gerar documentos alternos às obras que dem sustentem a elas, que as expliquem. Nas artes visuais já vimos como Canclini descreve o processo de “enriquecimento” da experiência estética dos visitantes. Na música, os programas de

rádio vem acompanhados da história do compositor, sendo muito melhor se esta for “extraordinária”. Na dança, o release no programa, os depoimentos aos meios de comunicação, a crítica dos jornais onde se explica do que trata a obra, e muitos bate-papos posteriores à apresentação das obras, onde os artistas tentam explicar o processo, suas motivações e explicar suas escolhas de construção da obra, tem sido os mecanismos mais utilizados para aproximar-se ao público.

A segunda forma de contextualização é a enorme quantidade de oficinas, workshops e programas de formação de platéia. Desde as academias de bellas artes, música e dança onde os pais colocam a seus filhos para ocupar os “tempos livres”, passando pelos programas de oficinas oferecidos por projetos sociais e programas de centros culturais, até os espaços de formação de públicos onde se levam as pessoas a assistir espetáculos e depois a bate-papos com artistas ou críticos; vemos como a experimentação artística/discussão artística é a suposta resposta para que as pessoas que fazem estas atividades como *hobbie* se adicionem depois aos públicos consumidores de produtores artísticos.

Infelizmente, as metodologias utilizadas na maioria destes espaços são inúteis na hora de atrair novos espectadores. Em menos casos podem despertar a criação artística e encaminhar novos artistas ao mercado. O certo é que usamos esta estratégia há décadas e pouco ou nada muda em relação aos públicos para as artes contemporâneas. Saber da historia, conhecer a biografia do artista, saber pintar uma cena de frutas ou ninfas, ou saber dançar pliés e tombés, escutar a explicação da obra através de um crítico que fala depois do espetáculo, não contribui com a expansão “de novos padrões perceptivos. [...] o mais frequente é que o público desloque sua concentração da obra à biografia do artista e substitua a luta com as formas pela anedota histórica” (CANCLINI, 1997, p.130)

Em Chile é famosa a chamada “formação de espectadores” que consiste em garantir acordos com escolas que trasladem seus estudantes para assistir os espetáculos, com a consecutiva realização de um bate-papo que inclui o artista e talvez um crítico ou erudito. Estas conversações geralmente acabam distanciando mais o público que perde sua leitura, que fica tentando encaixar sua percepção naquilo que os artistas dizem que estão fazendo ou o que o crítico diz que a obra “significa”.

No Brasil, vimos por vários anos o apego a este tipo de bate-papos que pouco ou nada contribuíam a gerar autonomia de leitura dos espectadores com respeito às obras, e portanto também não agregam pessoas aos públicos.

Contudo, estas estratégias não se descartam. Continuamos utilizando-as, sobretudo porque não são absolutamente inúteis e porque também hoje sustentam um mercado alternativo ao mercado das obras de arte. Todos os festivais, os centros culturais e muitos projetos realizam atividades educativas “paralelas” o que de alguma forma, ajuda para criar laços entre as pessoas e os artistas, e para sistematizar o conhecimento artístico, que de outra forma seria mais complexo. Virou uma de essas estratégias velhas que demoram muito em mudar.

Deslocamento do objeto de arte

A segunda resposta dada de “democratização” é a de levar a arte onde as pessoas estão. Se eles não vem, então nós vamos. “Consiste em arrancar as obras dos museus e galerias para levá-las a espaços desacralizados: praças, fábricas, sindicatos” (CANCLINI, 1997 p. 130). É possível dizer que esta estratégia veio de várias fontes. A primeira, que responde às necessidades criativas próprias dos artistas, de reinventar as artes, criá-las em qualquer espaço, em qualquer configuração, com qualquer duração, qualquer ideia, qualquer motivo. A partir dos anos 60, os artistas propõem uma renovada forma de fazer arte política. Na dança, Yvonne Rainer, uma artista particularmente interessante que faz coreografias em espaços inusitados manifestou:

Não ao espetáculo, não ao virtuosismo, não à transformação e magia e ao faz de conta, não ao glamour e à transcendência da imagem da estrela, não ao heróico, não ao anti-heróico, não ao lixo metáfora, não ao envolvimento do intérprete ou do espectador, não ao estilo, não ao campo, não à sedução do espectador pelos artifícios do intérprete, não à excentricidade, não ao mover ou comover, não a ser movido ou comovido. (TAMBUTTI, 2013, p.336)

A partir daqui foi evidente que outro tipo de configuração das obras de arte estava nascendo. Nestas novas formas de apresentar as artes, se fazem constantemente diferentes experimentos, e os testes nos espaços não convencionais (shoppings, ruas, casas, banheiros, praças, tetos de prédios, etc) são bastantes explorados.

A segunda fonte que motiva este trânsito das artes aos públicos é, evidentemente, o desgaste das instituições artísticas (produtores, gestores, artistas) que estão criando obras para circularem apenas nos circuitos eruditos, onde suas reverberações são poucas ou nulas, e onde as quantidades de públicos afetam significativamente os desejos de patrocinadores (governo ou empresas). As artes demandam investimentos consideráveis de dinheiro, porém as pessoas atingidas são tão poucas que se começa a questionar fortemente a necessidade de “obrigar” a quantidade de destinatários, pelo menos pela presença da arte nos locais onde as pessoas estão.

No entanto, os deslocamentos arbitrários de objetos de arte, quando estes não estão especialmente criados para o espaço onde são apresentados, trazem um problema fundamental: as artes competiam de forma decepcionante com a quantidade de informações urbanas e/ou formais não artísticas (CANCLINI, 1997, p.131). Esta competição as condenava ao fracasso estético, afetava radicalmente as experiências artísticas dos possíveis espectadores e além do mais, invadia com lógicas às vezes exageradas ou desvalorizadoras as dinâmicas da vida cotidiana que não se mostra particularmente interessada na interação com objetos de arte.

As artes visuais colocaram suas obras em estações de trem, de metrô, praças públicas, passeios públicos. A música faz festivais e concertos de música sacra, erudita, clássica, em praças e glorietas. A dança, tira o ballé do teatro, coloca uma estrutura de chão nas ruas, um linóleo preto e lança seus bailarinos a mostrar o que sabem fazer. Na Venezuela, durante alguns anos, o Instituto Universitário de Dança IUDANZA e o Museu de Belas Artes, promoveram o programa “Escenário Urbano”, que intervinha todas as semanas espaços públicos da cidade de Caracas com apresentações de obras de dança e com exposições fotográficas. Poucas obras estavam feitas para as ruas, porém, se adaptavam e as pessoas se aglomeravam para assistir estes espectáculos. Contudo, esta experiência não modificou a relação destas pessoas com a assistência voluntária à dança. Os teatros continuaram vazios.

Desacralizar as artes e levá-la às massas é uma das formas de democratização que, de novo, tem resultados muito incipientes quando se trata de aumentar o consumo dos bens culturais, quando se trata da adesão futura do “transeunte” aos museus, teatros e cinemas do circuito de artes contemporâneas. Por outro lado, esta resolução traz o desafio da impossibilidade da contabilização da

quantidade de pessoas que realmente tiveram contato com o objeto de arte, e muito mais, de se esse contato foi frutífero de alguma maneira à experiência estética dos públicos.

Compartilhamento dos meios de produção

Otra forma de democratização é a criação de estruturas de produção artística onde os participantes são os atores das comunidades. Essa foi uma tentativa que supunha a criação de maior autonomia dos atores sociais com respeito à criação artística, e se contrapunha radicalmente à possessão da aristocracia sobre os meios de produção. “Se tratava de devolver a ação ao povo, não popularizar só o produto mas o meios de produção. Todos chegariam a ser pintores, atores, cineastas” (CANCLINI, 1997, p.131.).

Isto funcionou em alguns casos, um pouco como a primeira estratégia que tratamos, trazendo novos artistas ao mercado de trabalho. No Brasil, contamos com o exemplo do Núcleo do Dirceu no Piauí, que começou como um projeto de formação, que reuniu jovens de escassos recursos, ao redor de um artista internacionalmente reconhecido (Marcelo Evelin), e que, pelas metodologias propostas neste núcleo, pelo menos uns 25 jovens viraram realmente artistas e hoje transitam constantemente pelos circuitos de arte.

Em outros casos se tratou de criação de coletivos de criadores amadores que agora realizavam comunitariamente, sem apoio econômico, e sob a tutela de um ou vários artistas de profissão, obras de arte, exposições, mostras de um arte que transitava entre o popular e o erudito. Muitas contradições foram vistas nestes projetos: de discurso, de qualidade dos produtos, de legitimação por parte dos públicos e do sistema das artes, desmotivação dos próprios atores pois às lógicas do fazer artístico implicava em escolhas de vida e lógicas relacionais que não eram tão facilmente transmissíveis.

Acessibilidade pela gratuidade

Em vários países de América Latina a solução da gratuidade tem sido muito utilizada. Com a desculpa que as pessoas não assistem ao teatro, museus ou cinemas por falta de dinheiro (o que é uma meia verdade), os produtos culturais se oferecem de forma gratuita.

No Brasil, são pelo menos 10 anos de gratuidade e o problema dos públicos não muda. Muito pelo contrário, vem demonstrando ser um agravante para a distância dos públicos ao consumo cultural e a sustentabilidade do mercado. Esta gratuidade beneficia sobretudo aos próprios artistas e estudantes de artes que, sem conseguir um sustento econômico adequado pelo seu trabalho, não poderiam ter acesso à oferta cultural se a gratuidade não tivesse virado uma costume quase obrigatória.

Contudo, esta política traz várias questões para serem refletidas que implicam na sua perpetuidade e na sua ineficácia:

- O custo “simbólico” do ingresso, é mantido em alguns projetos, porém administrar os recursos vindos da bilheteria sobrecarregam de trabalho as estruturas pequenas de produção, pois a bilheteria demanda a organização e pagamento de renda e impostos. A forma de prestação de contas no Brasil se complexifica quando os projetos tem “lucro”. É uma noção, um tanto inaplicável às artes, mas é o sistema de manejo de dinheiro público que é aplicado para qualquer tipo de investimento do Estado. Esta é uma razão pelas que produtores no Brasil costumam manter a gratuidade.

- A maioria dos projetos culturais nunca puderam manter-se apenas com a bilheteria. O custo que pode se estabelecer para o ingresso, não paga os custos de produção que os projetos precisam. Isso cria uma dependência total aos patrocinadores para realizá-los. Esta relação faz com que os produtores se preocupem muito mais pela relação com o mercado de patrocínios, que pelos públicos. No final das contas, uma vez conseguido o apoio financeiro, o projeto será realizado com ou sem públicos.

- Existe também uma hipóteses simbólica que poderíamos tecer com respeito à gratuidade. Num mundo onde todas as coisas que valem, custam dinheiro, onde tudo o que é bom, é caro, as coisas que são gratuitas não são boas nem valem. É comum que as pessoas invistam dinheiro em roupa nova e de marca, em comidas e saídas custosas a restaurantes e bares, porém na hora de investir em fruição artística, tudo parece caro. É uma prática bem frequente tentar conseguir convites gratuitos ou falsificar carteira de estudante para pagar meia entrada. Será que as pessoas associam a gratuidade com o valor simbólico? As pessoas não querem pagar porque estão acostumadas à gratuidade e isso faz que as artes não sejam sustentáveis fora

dos patrocínios, e porque são gratuitas sempre, as pessoas não pagam. Um círculo vicioso é instaurado.

- Os públicos (não fazedores de artes) não tem presente que o investimento em cultura é investimento de dinheiro público. E que dinheiro público não é apenas do governo, é dinheiro que sai de todas as contribuições tributárias que os cidadãos pagamos em absolutamente todas as coisas que consumimos. Quer dizer, o público não sabe que estar assistindo “de graça” algum espetáculo, não é para nada “de graça”, é uma retribuição concreta do dinheiro pago nos impostos, é um direito que já veio embutido na receita. É propriedade de todos. Já foi pago.

Uma democratização efetiva é possível?

Perceber as limitações de estes movimentos serviu para que se deixe de tratar aos espectadores como artistas reprimidos ou discriminados. Para não interpretar o fato de que os espectadores não fossem artistas como uma carência, resolúvel mediante uma pedagogia generosa ou pela transferência abnegada dos meios de produção cultural. Se cruzamos esta conclusão com o que as teorias da recepção literária propõem sobre a leitura como um *ato de produção de sentido* e ao mesmo tempo *assimétrico* como o da escritura, é possível chegar a uma visão mais atrativa sobre o que acontece nas relações entre produção e recepção de arte. (CANCLINI, 1997, p.132)

Os movimentos de democratização que discutimos nas seções anteriores, mesmo que já se realizaram por mais de 30 anos (em algumas linguagens por mais tempo que em outras), tem se realizado de forma desarticulada, incipiente e emergencial, e o mais importante sem formas de avaliação sistemática que nos permita gerar uma instrumentalização para os atores culturais e que nos mostrem dados sobre a efetividade destas estratégias.

Essa situação deixa o âmbito da distribuição extremamente enfraquecido. Vários estudos recentes sobre economia da cultura apontam a que os investimentos das políticas culturais estão mais focados na produção do que na difusão e distribuição destes produtos (VALIATI, 2010). Esta falta de investimento, junto com as estratégias mais o menos falidas de democratização, fazem da situação dos públicos, uma questão que preocupa tanto artistas quanto curadores e gestores da cultura na América Latina.

O curador de Artes visuais Paulo Herkenhoff, no Seminário chamado Panorama de Pensamento Emergente, registrado no livro do mesmo nome, declara: “Num país como o Brasil é inadmissível uma curadoria que não leve em conta o

público. Isso não quer dizer perda de rigor na exposição, mas sim produzir determinados discursos que possam negociar a relação do homem comum com a obra, relação que sustena hoje, por exemplo, o sistema de arte americano. (TEJO, 2011, p. 63)

Também a curadora Ana Paula Cohen, reconhece que o grande desafio e a importância de seu trabalho é o momento de chegar ao público, se questiona como criar plataformas que permitam reunir um público interessado e um artista para promover a reflexão sem diluir este contato no circuito da vida cotidiana (TEJO, 2011, p.14)

Ambos, estão buscando e questionando a metodologia para não abandonar os interesses implícitos nas obras de artes e ao mesmo tempo conectar com os públicos para os quais estas artes estão feitas.

Na Plataforma Internacional de Dança, os artistas do grupo de reflexão sobre públicos gerou um projeto piloto de mediação cultural que foi realizado em 2012 durante a Mostra Latino-americana de Dança e que consistiu na complexificação de várias estratégias de democratização, com a mudança radical de metodologias de interação com os públicos.

Partiu-se do pressuposto de que todos os espectadores tem um modo de ler que é sensível e correto. Que as obras propõem um sistema limitado de imagens e símbolos que se relacionam com as ideias e percepções das pessoas. E que os mediadores, com boa capacidade de escuta podem conectar as pre-percepções dos mediados com as leituras e percepções complexificadas das obras.

Neste programa de mediação, existe uma equipe que conhecendo muito bem as obras, cria estratégias de sensibilização específicas para cada obra, que não revela seus “significados” mas traz exercícios práticos que convocam elementos sensíveis que relacionam a experiência motora das pessoas mediadas com os elementos formais das obras.

Este programa garante o deslocamento das pessoas mediadas ao espaço de exibição das obras, onde eles apreciam o espetáculo. E num último dia de mediação, os mediadores pedem uma devolução sensível dos espetáculos: a criação de um desenho, uma poesia, um movimento, etc., que possa interpretar o que eles

percebem. Finalmente, se realiza uma conversação onde os mediadores apenas perguntam e tentam criar diálogos entre estes discursos que aparecem e os discursos estabelecidos nas artes destas obras.

Esta mediação se preocupa pela qualidade da relação entre público e obra, e cuida essa relação em cada contato. Considera tanto os desejos e propostas dos artistas como as leituras e percepções das pessoas. De alguma forma, se relaciona com o pensamento de Ulrich Hans Obrist (curador suíço reconhecido internacionalmente) quem afirma que mais vale ter grande quantidade de horas que os espectadores investem em ficar na exposição, mais vale ter uns centos passando o dia fruindo as obras do que 30 mil correndo através dela (OBRIST, 2006, p 48).

A mediação cultural na PID tem sido um projeto piloto, que deu resultados imediatos positivos, porém, as reflexões e avaliações posteriores deram como reflexão que só a familiaridade com os produtos culturais pode garantir um verdadeiro trânsito de pessoas pelos âmbitos da fruição artística. A mediação apenas pode servir como um aproximador, como um mediador e como um valorizador daquelas sensibilidades que todos os públicos trazem em cada experiência estética.

Obviamente precisamos aprofundar muito mais na discussão sobre a percepção e os públicos, precisamos realizar mais estudos sistemáticos para ter dados para analisar, precisamos continuar testando estratégias e desacralizando o lugar da arte na vida social, sobretudo porque até que a distribuição dos produtos culturais não seja mais equitativa e potente, a função da arte dentro do desenvolvimento de novas formas de entender o mundo será sempre uma utopia para uns poucos “loucos” que acreditam e tem acesso a um outro mundo perceptivo e prático.

Referências

CANCLINI, Néstor G. **Culturas híbridas**. São Paulo, Ed. USP, 1997.



DORSETT, Chris. Exhibitions and their Prerequisites. Em: RUGG, Judith, SEDGWICK, Michèle (Org). **Issues in Curating Contemporary Art and Performance**. Chicago, Intellect Books, The University of Chicago Press, 2007.

OBRIST, Hans Ulrich. **Everything you always wanted to know about curating**. New York-Berlin, Sternberg Press, 2006.

TAMBUTTI, Susana. **Teoría General de la Danza**. Buenos Aires. Material Didático não publicado, 2013.

TEJO, Cristiana (Coord.) **Panorama do pensamento emergente**. Porto Alegre, Zouk Editora, 2011.

VALIATI, Leandro. **Economia da Cultura e Cinema**. São Paulo, Editora Terceiro Nome, 2010.

SANTANA, Eduardo e Proaño, Melissa. **Seminário de Economia da Dança, Relatório do GT Públicos para Dança?**, Salvador, www.pidbahia.com.br, 2011.