

O CONTEXTO E A MEDIAÇÃO DA RECEPÇÃO NA ARTE CONTEMPORÂNEA

Vera Rodrigues de Mendonça
Universidade do Estado do Rio de Janeiro – UERJ

Resumo

A recepção de uma obra de arte é constituída por inúmeros canais perceptivos e equivalentes aos vários modos de como seja a sua relação com o espectador e vice-versa. Quando se trata de uma produção de arte contemporânea, esses canais são permeados por outros fatores que envolvem desde a expectativa do espectador acerca do que entende ser uma obra de arte até a sua efetiva relação com ela, passando por tantos vetores mediadores quantos sejam os que envolvem a produção e a exposição de tal obra. Este texto se coloca, assim, como mais uma reflexão sobre a mediação e a relação obra-espectador.

Palavras-chave: arte contemporânea, mediação, relação obra-espectador

Abstract

The reception of work of art is established by countless perceptives channels and they are equal to different ways of its relation with the viewer and vice-versa. When the work is contemporary art, these channels are permeated by others factors that wrap from the viewer's expectation about he understands be a work of art to his effective relation with it, and it goes by many mediator vectors that are envolved with the production and the exposition of this work of art. In this way, this paper places itself like as more one reflection about the mediation and the work-viewer relation.

Key words: contemporary art, mediation, work-viewer relation

A arte contemporânea: tensão e conflito¹

Muitos. A maioria diz não entendê-la, por achá-la estranha àquilo que consideram arte. Outros, ainda que com conhecimento de causa, seja por conservadorismo, seja por preferirem a arte clássica ou por sua fidelidade teórica (paixão, na verdade) à arte moderna. (COCCHIARALE, 2007, p. 11)

A secularização e a autonomia da arte propiciaram o aparecimento de campos específicos de saberes. Segundo Néstor Canclini (2008, p.33) ao se referir a Habermas, podemos designar esses campos como domínios que foram institucionalizados a fim de formar profissionais especializados em suas áreas de conhecimento. A arte profissionalizada e seus campos artísticos se deslocaram do saber tradicional das sociedades, seccionando-os em, pelo menos, dois campos produtivos: erudito e popular. Além disso, Canclini (idem, p.142) reforça que as pesquisas sobre as tradições culturais teriam sido organizadas por meio da escrita em detrimento à cultura visual, ocasionando o crescimento da distância entre as elites e o povo porque este – dentro de um

analfabetismo – se apropriaria dos bens culturais utilizando a comunicação visual para falar de suas experiências.

(...) A “era da arte” se inicia aproximadamente em 1400 d.C., na concepção de Belting, e embora as imagens realizadas antes disso fossem “arte”, não eram concebidas como tal, e o conceito de arte não desempenhava nenhum papel em seu vir a ser. (...) (DANTO, 2006, p.28)

O’Doherty (2002) fala sobre o distanciamento da obra com o público a partir do fim do século XIX. Seria o momento em que os artistas começaram a se questionar sobre os critérios que orientavam a sua produção, baseados em sua própria contextualização histórica. A partir de algumas descobertas, inclusive científicas, os artistas se dispuseram a fazer uma reavaliação de seu trabalho, tornando-se, de início, escorregadios e rejeitados pelo circuito de arte vigente.

Os primeiros espectadores do Impressionismo devem ter tido muita dificuldade de apreciar os quadros. Quando se tentava verificar o motivo chegando bem perto, ele sumia. O Espectador era forçado a ir para trás e para a frente para captar partes do conteúdo antes que elas se dissipassem. O quadro, não mais um objeto passivo, emitia instruções. E o Espectador começava a exprimir suas primeiras queixas: não só “O que deve ser isso?” e “O que isso significa?”, mas “Onde devo me colocar?”. (idem, p. 63-66)

O século XX chegou repleto de descobertas espaciais e formais, além de expandir os seus materiais. Os artistas, verdadeiros agentes de experimentações, enriqueciam os seus vocabulários e ampliavam os seus campos de atuação. A Arte exigia especialistas como espectadores e uma percepção mais acurada com as novas experiências de espaço, matéria, cor e linguagens. No entanto, no Modernismo, ainda havia as temáticas, os suportes e as técnicas que pudessem identificar uma obra de arte. Esses critérios apareciam como característicos da produção artística e as pessoas detinham alguns parâmetros com os quais tinham condição de reconhecer um objeto artístico, e mesmo que não o entendessem profundamente, podiam dele se apropriar.

Michael Archer (2001), não citando a relação entre obra e espectador já um pouco abalada no Modernismo, propõe uma justificativa para a arte contemporânea ter se distanciado do público, mesmo aquele considerado seu consumidor. Segundo suas palavras, não haveria mais um

estilo, uma forma ou uma prática que nos dissesse o que é ou não arte; quando, muitas vezes, o próprio objeto artístico seria questionado ou não apareceria de imediato. Ao mesmo tempo, seria difícil reconhecer um material ou suporte que fosse próprio da arte visto que o artista poderia utilizar “tinta, metal, pedra, mas também ar, luz, som, palavras, pessoas, comida e muitas outras coisas”. (idem, p. 9)

(...) Não há nenhuma limitação *a priori* de como as obras de arte devem parecer – elas podem assumir a aparência de qualquer coisa. Isso por si só deu por encerrada a agenda modernista, (...). (DANTO, op. cit., p. 19)

Acreditamos que foi, sobretudo a partir da década de 1960², que as artes visuais sofreram alterações mais contundentes no campo da estética e da recepção. A experimentação começou a ser entendida como um caminho fértil para o fazer artístico e, com isso, a recepção, a busca de novos suportes, técnicas e materiais passaram a exigir um novo posicionamento do espectador na sua relação com a obra, ao mesmo tempo em que ele participava de sérias transformações na cultura visual que o envolvia ou que lhe chegava pelos aparatos midiáticos globalizados. Os anos 1990 significaram o coroamento da condição processual da arte, buscando, além da expressão de sentimentos e experiências sensoriais, uma atitude mais reflexiva.

A relação entre o espectador e a arte contemporânea é, pelas próprias características que envolvem essa comunicação, ativa e crítica porque requer uma disponibilidade de sensações e sentidos aos quais ambos não estavam acostumados. Há a necessidade de contatos interrelacionais nessa comunicação estética que se deixem envolver pela organização processual de existência da obra. As palavras de Danto (op. cit.) complementam muito bem o que entendemos por arte contemporânea: “um período de desordem informativa, uma condição de perfeita entropia estética. Mas é também um período de impecável liberdade estética. Hoje não há mais qualquer limite histórico. Tudo é permitido.” (idem, p.15).

Relação obra-espectador: vários canais de recepção

(...) Nós nos aproximamos das obras dele [o artista] com os nossos receptores já afinados. Esperamos receber uma certa notação, certos símbolos, e nos preparamos para entendê-los. (...) Toda cultura e toda comunicação dependem da interação entre expectativa e observação (...). (GOMBRICH, 1986, p. 51)

O conceito de *habitus*, desenvolvido por Bourdieu (2003), pode contribuir para o nosso entendimento sobre os processos iniciais das relações entre obra e espectador. As referências de reconhecimento e decifração das obras de arte, como de qualquer outro tipo de expressão, estariam sendo cultivadas ao longo de nossa existência e mediadas pela família, escola e relações sociais, bem como, pelas mídias contemporâneas. Cada sujeito, segundo Bourdieu (idem), formaria seu conjunto de esquemas por meio de experiências passadas que, servindo como matriz, tornaria possível as percepções, as ações e a realização de tarefas de forma individualizada. O indivíduo, a partir de sua própria história no mundo e de suas relações sociais – consciente ou inconscientemente –, orientaria suas ações em seu cotidiano, estando, entre elas, a recepção artística que se estabeleceria a partir de um processo de familiarização constituído de maneira lenta e gradativa.

Pierre Bourdieu e Darbel (2003) trabalharam o conceito de capital cultural, organizando-o sob três aspectos: incorporado, objetivado e institucionalizado. O contexto familiar nos proporcionaria o modo incorporado do capital cultural. Seria com a família que nós adquiriríamos as nossas referências culturais e entre elas, estaria o domínio da língua culta que facilitaria o nosso aprendizado dos conteúdos e códigos escolares. O caráter objetivado do capital cultural se constituiria sob a configuração de bens culturais – livros, obras de arte –, onde seria necessário ter capital econômico para possuí-los. O capital cultural institucionalizado seria proveniente, basicamente, dos títulos escolares. Para os autores, o mercado de trabalho nos influenciaria fortemente na intenção da obtenção dos títulos e consequentemente no investimento escolar.

Bourdieu e Darbel (idem) também foram responsáveis por uma pesquisa em alguns museus europeus com o objetivo de analisar o público que os visitava. A pesquisa envolveu museus da França, Espanha, Grécia, Itália,

Holanda e Polônia, entre 1964 e 1965. Mesmo tendo sido feita há bastante tempo, essa pesquisa ainda é importante para um trabalho que aborda a recepção artística porque, além de ter sido o primeiro estudo sobre esse tema, ela indica e problematiza certos parâmetros para se pensar nos fundamentos que sustentam a tal recepção.

Na pesquisa foi verificado que o público mais assíduo nas visitas tinha maior escolaridade e pertencia às classes econômicas mais altas. Foi também notada a importância do papel da família como suporte à relação do visitante com a obra de arte, mostrando-se como o princípio educacional para a frequência, as atitudes e as opiniões bem definidas quanto às exposições. Foi observado que o espectador que não conseguia entender os códigos apresentados nas obras de arte tenderia a abreviar o seu olhar. Os autores concluíram: “A obra de arte considerada enquanto bem simbólico não existe como tal a não ser para quem detenha os meios de apropriar-se dela, ou seja, decifrá-la” (ibidem, p. 71).

Néstor Canclini (op. cit.), seguindo o caminho aberto por Bourdieu e Darbel, fez uma pesquisa nos mesmos moldes junto aos museus da Cidade do México nos anos de 1982 e 1983. Os museus tiveram uma frequência bastante representativa e formada, na maioria, por setores médios e altos da população. As pesquisas demonstraram que a publicidade em meios de massa teria sido importante mas não preponderante para as visitas. O autor chama a atenção para os resultados dessa pesquisa que teriam coincidido com os da pesquisa realizada por Bourdieu e Darbel (op. cit.), quase vinte anos antes da sua. Outra informação relevante e ressaltada por Canclini (op. cit.), foi o fato de ter sido constatado, em sua pesquisa, que a recepção das obras se baseava em uma estética vigente na primeira metade do século XX da história da arte mexicana.

Gombrich, em seu livro *Arte e Ilusão* (op. cit.), reforça, teoricamente, os resultados obtidos pelas pesquisas de Bourdieu, Darbel e Canclini. Ele nos fala sobre a diferença que haveria entre conhecer e ver, a partir de seus exemplos sobre os impressionistas, que diziam pintar o que viam, e os egípcios que pintariam aquilo que conheciam. Os egípcios partiriam de esquemas estabelecidos e aceitos socialmente para produzirem suas imagens, não

havendo a necessidade de um “modelo natural” para ser observado. Já os impressionistas buscavam, fora de seus ateliês, a efemeridade da imagem às custas da luminosidade natural. A observação seria primordial para os impressionistas, enquanto que para os egípcios, não. Estes teriam esquemas com características que definiriam, por exemplo, estereótipos convencionais para a figura humana. Nas palavras desse autor, a bagagem cultural do sujeito estaria mediando o seu olhar e conseqüentemente a sua recepção. Ver seria uma ação que deveria ser aprendida, tendo em vista que as representações possuem suas regras cujo convencimento se alteraria com o tempo. A obra seria assimilada se nós conseguíssemos entender os seus critérios de construção.

A obra de arte é envolvida por múltiplas percepções e a sua recepção complexa é mediada pelos valores que embasam a bagagem cultural de cada espectador e a vivência da própria obra. A relação entre obra e público, além de outros fatores, se constitui por inúmeros canais que se formam com vários setores, econômicos e educativos, além de sofrer interferência de novos e diferentes hábitos de consumo cultural (CANCLINI, op. cit. p.150). Cada setor, possuindo sua rede simbólica, enfrenta-se com as possibilidades de significação com as quais o artista produziu a sua obra. Esse enfrentamento gera outras significações para a obra que são resultantes da acomodação entre os esquemas simbólicos que se encontraram ativados e transformados no processo de interação com o público.

É interessante citarmos Isabela Frade (2004) para falarmos dos vários sentidos que um objeto artístico adquire conforme as suas relações com o espectador. A autora discorre sobre a polissemia da obra de arte. Além das estruturas simbólicas que participam da criação da obra, há um processo que incrementa e transforma o seu sentido de acordo com “cada situação pela qual a obra perpassa” (idem, p. 19).

O objeto de arte, tomado como forma comunicante, deve ser percebido em seu significado múltiplo, complexo. Ele atravessa inúmeros territórios de idéias e formas-signo. (...) É necessário que percebamos a natureza transformadora das instituições sociais que dela [obra de arte] se apropriam, metamorfoseando-a. Elas a digerem ao seu modo, fazendo-a, então, arte. Não há, portanto, um sentido único para a obra. Ela é polissêmica. (ibidem)

Jacques Aumont (1993) também entende que o espectador se relaciona com a imagem por meio de sua capacidade perceptiva mediada pelo “saber, os afetos, as crenças, que, por sua vez, são muito modelados pela vinculação a uma região da história (a uma classe social, a uma época, a uma cultura)” (idem, p. 77). Para esse autor, uma das razões para a produção das imagens seria o seu valor simbólico. Valor que daria, à imagem, o papel de mediadora entre o espectador e a sociedade em que ele está inserido. As imagens se tornariam aptas a conquistar os sujeitos nos mais diversos fins, inclusive o artístico. E o seu valor simbólico é “definido *pragmaticamente* pela aceitabilidade social dos símbolos representados” (ibidem, p.79).

Conforme suas palavras, Aumont (ibidem) afirma que as imagens estariam condicionadas a três modos do sujeito se relacionar com o mundo: modo simbólico, modo epistêmico e o modo estético. Pelo modo simbólico, além de expressarem mensagens quando investidas de símbolos, as imagens serviriam para veicular novos valores sociais. No modo epistêmico, a imagem traria informações sobre tudo o que circularia no mundo, e seu desenvolvimento foi maior “desde o início da era moderna, com o aparecimento de gêneros ‘documentários’ como a paisagem e o retrato.”(ibidem, p.80). Pelo modo estético, a principal função da imagem seria a de agradar (*aisthesis*) seu observador, e esse modo estaria imbuído no homem durante toda a sua história, sempre resguardando-se as variações do sentimento estético conforme a sua época.

Seja como for, essa função da imagem [estética] é hoje indissociável, ou quase, da noção de arte, a ponto de se confundirem as duas, e a ponto de uma imagem que visa obter um efeito estético poder se passar por imagem artística... (ibidem)

Tais palavras de Aumont poderiam nos ajudar a compreender as confusões pelas quais, diante das obras de arte, o espectador passaria quando, ao contrapor as suas expectativas estéticas às suas experiências sensoriais, não conseguisse estabelecer pontos de contato entre elas. Se as expectativas do espectador³ se dirigem para a busca do prazer, daquilo que é agradável – o que nem sempre é requisitado ou não é questão principal da produção contemporânea –, os embates gerados pelas frustrações dessas

expectativas poderiam levar ao bloqueio ou à rejeição que impediria a formação de seus canais receptivos com a obra de arte.

Por outro lado, Martin-Barbero (2008, p. 292), quando cita Nestor Canclini, leva-nos à reflexão de como as demandas mercadológicas agem sobre a relação mercado-consumo. O espaço no qual o consumo se constitui como “reprodução de forças” seria o mesmo onde se instauraria uma “produção de sentidos”. Os objetos – no nosso caso, obras artísticas – não seriam importantes apenas pelo significado que carregam, mas pelas apropriações que as “diversas competências culturais” os impregnam de sentidos. Fato que, contraditoriamente, minimizaria a homogeneização que empresas transnacionais tenderiam a imprimir no mercado cultural por meio de suas ações culturais.

O *marketing* cultural, ainda segundo Martin-Barbero (idem), propicia a espetacularização de exposições que explodem e enchem as galerias. Os envolvimentos estéticos são mediados por um aparato tão repleto de signos quanto a própria arte, inclusive a da contemporaneidade que já é produzida dentro de uma sociedade fortemente mediada pelos meios de comunicação. Conseqüentemente, a recepção de tal produção se dará refletida nesse contexto indissociável.

Castillo também cita a espetacularização de exposições, envolvendo valores artísticos já consagrados e de forte apelo publicitário, como um dos recursos utilizados pelas instituições culturais de arte com o intuito de chamar a atenção do público.

Os museus foram transformados em pólo cultural de massa e, como tal, em local de *performances* e *mise-en-scènes* espetaculares. (CASTILLO, 2008, p. 243)

Para se constituir dentro do rol das instituições culturais de massa, os museus de arte apelam para novas formas de exposições, curadorias e outras ações mediadoras. Essas ações, grande parte dentro dos setores educativos, fazem com que o público visitante se divirta enquanto percebe as obras. As oficinas que, às vezes, são oferecidas proporcionam algum conhecimento sobre determinada técnica ou assunto, gerando a sensação do reconhecimento necessário para se entender a exposição.

(...) Visando sofisticar a *mise-en-scène* expositiva, tornando-a mais sedutora para o público visitante, tem-se recorrido a uma quantidade de recursos informativos, muito semelhantes aos da propaganda. (...) Além desses, *walkmans*, monitores e roteiros impressos são introduzidos no contexto das exposições, como meio de agilizar e facilitar a experiência dos espectadores, impondo-lhes, no entanto, ritmo e disciplina.” (idem, p. 247).

Por outro lado, como atualmente nós estamos conectados, em tempo real, por uma rede universal em um meio totalmente virtual, as instituições culturais começam a se render a esse novo espaço-tempo e abrem as suas portas à virtualidade. Ao mesmo tempo em que vamos ao MoMA em Nova Iorque, ao Louvre ou ao Centre Georges Pompidou em Paris, visitamos um museu na Rússia, China ou no Rio de Janeiro. O contato virtual com as obras de arte gera uma comunicação de outra ordem, adaptada às novas condições de aproximação e que abre outros canais estimulados por imagens efêmeras, criando ou atualizando determinados conhecimentos. A recepção das obras de arte, nesse caso, estabelece-se mediada por uma tela de computador ou de outro equipamento eletrônico. Segundo Valverde (2003, p. 18), são os “diferentes modos de percepção” que despertam novas sensibilidades e novos tipos de fruição que modificam nossa maneira de perceber as coisas e de sentirmos como elas se dão.

Ao mesmo tempo em que a obra de arte viaja simultaneamente a vários locais por um meio virtual, a sua presença física é percebida por outras pessoas nas instituições onde está exposta. A obra de arte é a mesma, independente de sua presença virtual ou física, mas o sentido é constantemente readaptado às novas qualidades de visualidade de exposição da obra. De acordo com Landowski (2004), “os efeitos de sentido estariam coordenados com a localização e as circunstâncias de como o sujeito entra em contato com o objeto. Isso equivale a dizer que (...) cabe distinguir diferentes modalidades da presença” (idem, p. 111). Desse modo, o objeto, tanto virtual como fisicamente, estaria no “espaço-tempo do observador”, ou seja, “em seu ‘campo de presença’” (ibidem), mas em modulações de sentido diferentes.

Daniel Galindo (2009, p. 2), discorrendo sobre o conceito de mediação, cita que Martin-Barbero teria sido “um dos primeiros autores a enfatizar o termo mediações” para falar que ele entendia a cultura “como

modos de percepção, de aquisição de conhecimento, sistemas narrativos, códigos de valores de produção simbólica da realidade” (ibidem).

Para se analisar essas mediações, (instituições, organismos sociais, grupos, etc.), seria necessário partir das articulações entre práticas de comunicação e movimentos sociais, as diferentes temporalidades e a pluralidade de matrizes culturais. Esses fatores de influências que entram no processo de recepção – as mediações – podem definir-se conforme a história de vida de cada indivíduo. (ibidem, p. 2-3)

Guillermo Orozco (apud GALINDO, ibidem) também é relacionado por Galindo para falar sobre os “vários conjuntos de influências” que agem sobre os processos de recepção de um sujeito. Esses processos estariam condicionados ao “saber, à cultura, à política, à classe social, ao gênero, à idade, à etnia, aos meios, às condições situacionais e aos movimentos sociais” (ibidem, p. 3).

Com isso, entendemos que a mediação já se apresenta no ato do contato quando, por meio das primeiras sensações e primeiros sentidos estimulados, algum pensamento sobre o que está sendo observado começa a ser construído. Além disso, a presença da obra já seria uma instância mediadora nessa relação por estar provocando seus vetores intersubjetivos (afetuais, sensoriais, racionais) nessa construção; como também o próprio repertório cultural desse sujeito teria sua parte nessa interferência.

Uma rápida reflexão

(...) Atualmente fazemos algumas das velhas perguntas sobre a ausência do público e para onde ele foi. A maioria das pessoas que hoje contempla a arte não está contemplando a arte; elas contemplam a idéia de “arte” que têm na cabeça. Poderia ser escrito um bom artigo sobre o público e a falácia educacional. Parece que ficamos com o público errado. (O'DOHERTY, op. cit., p. 94)

A recepção da arte contemporânea suscitaria, então, por tudo que vimos até agora, uma nova sensibilidade em consonância com a nossa maneira midiaticizada de ver e perceber o mundo. A produção contemporânea, ao utilizar recursos tecnológicos presentes em nosso cotidiano, atualiza os seus meios de produção em busca de uma experiência mais próxima de nossa vida atual. Entretanto, temos que considerar que nem sempre tal atualização esteja encontrando reflexos na sua relação com o público. O que poderia

explicar esse fato são as expectativas do receptor ainda estarem calcadas em referências às produções artísticas conectadas a estágios anteriores à contemporaneidade e distantes das novas proposições artísticas.

Não há dúvidas de que a formação de público para a arte, especialmente para a arte contemporânea, se tornou importante nos últimos anos se observarmos como as ações educativas “explodiram” nas instituições culturais. Se antes a presença de monitores ou de setores específicos para a educação eram vistos com rejeição por alguns agentes do circuito de arte, hoje isso começa a se modificar, principalmente por parte dos artistas, que desejam ações que visem a presença massiva de público. Com esse objetivo, já ouvimos falar em curadorias pedagógicas, e as museografias buscam a contextualização ou uma ambientação para as obras de arte – o cubo branco⁴, ao qual O’Doherty (idem) se refere em seu livro, se altera.

O problema é que essas pessoas usam um único verbo: *entender*. Entender significa reduzir uma obra à esfera inteligível. Eu nunca vi ninguém dizer: eu não consegui *sentir* essa obra. Como as pessoas têm medo de *sentir*, elas *entendem*, reduzem sua relação ao ato inteligível e, por isso, esperam pelo socorro do suposto farol da opinião daqueles que sabem: historiadores, filósofos, críticos, artistas, curadores... (COCCHIARALE, op. cit., p. 14)

Acreditamos que a obra de arte começa a ser mediada a partir do momento em que a instituição planeja a sua ação expositiva: a curadoria ao selecionar os artistas e as obras de arte já determina uma postura do que deve ser visto e fruído, e segundo a perspectiva do curador. A partir daí, o projeto museográfico, os fôlderes, os catálogos, os textos plotados, as legendas das obras e todos os recursos publicitários, além de seus projetos pedagógicos, são pensados como reforço de toda essa mediação. A arquitetura do prédio onde se localiza a instituição também interfere na percepção das obras. O público quando visita a exposição tem uma relação com as obras mediada por inúmeros fatores alheios à própria obra de arte, além desses fatores terem sido criados por profissionais especializados em buscar determinadas reações no espectador. Os profissionais contratados para fazerem o papel de monitores ou guias para as visitas, na realidade, estão atuando a partir das mediações preliminares. O que fica bem claro quando os textos produzidos pelos artistas

ou curadores são oferecidos à leitura desses profissionais para os seus contatos com o público.

Todos esses esforços de mediações nas recepções das obras de arte são desconsideradas, ainda, por alguns agentes desse circuito porque pensam que tais ações são desnecessárias para a percepção das obras ou, simplesmente, recusam tais atividades. De qualquer modo, é fato que se começa a ser desvelado o valor da mediação na relação da obra com o seu espectador, minimizando inclusive o preconceito que envolve o binômio arte/educação.

Percebemos, em determinados momentos, que há um receio com as palavras mediação e educação ou com o uso que se faz delas. Não são todos os profissionais do circuito de arte que articulam essas palavras com facilidade ou positividade. Por outro lado, encaramos esse fato como uma atitude bastante construtiva porque, graças a ele, organizamos forças para manter o debate sobre as ações educativas em instituições culturais ativo e contínuo. Além disso, podemos também atizar a discussão sobre mediação, bem como sobre a abrangência de seu significado quando nos referirmos à relação obra-espectador, rico binômio de condições favoráveis à multiplicidade de valores com os quais a arte se conecta à sociedade.

Sendo assim, a nossa pretensão com este trabalho é incrementar as discussões sobre as mediações da produção artística contemporânea e debater a abrangência do significado da atividade mediadora. Se por um lado alguns rejeitam as mediações por acreditarem em uma arte que fala por si só, por outro, há aqueles que, como nós, querem dinamizar as relações artísticas com o público, por meio de ações mediadoras. A arte não fala por si porque não é uma entidade isolada, mas uma ocorrência que deriva de um conjunto de ações humanas articuladas que contribuem para comunicar o seu modo de existência. Podemos afirmar que para haver a comunicação é necessária a troca e a interação: um modo não preconceituoso e aberto aos sentimentos e às sensações tão requisitadas pela arte contemporânea que busca uma relação densa e uma recepção ativa. Em tempo, vale a pena citar também as palavras de Michael Archer (op. cit.) como um parâmetro que deveria condicionar as mediações.

Observar a arte não significa “consumi-la” passivamente, mas tornar-se parte de um mundo ao qual pertencem essa arte e esse espectador. Olhar não é um ato passivo; ele não faz com que as coisas permaneçam imutáveis. (idem, p. 235)

Notas

1 *Psicol*/ Tensão produzida pela presença simultânea de motivos contraditórios; segundo a psicanálise, há em todo conflito um desejo reprimido, inconsciente. *SociolC. cultural, Sociol*: incompatibilidade entre valores culturais cujos portadores humanos estabelecem contato.

In <http://michaelis.uol.com.br/moderno/portugues/index.php?lingua=portugues-portugues&palavra=conflito>. Disponível em: 18 abr. 2009.

2 Conforme Danto (op. cit., p. 13), a arte contemporânea teria começado em algum momento da década de 1960: “O contemporâneo deixou de ser moderno a não ser no sentido do ‘mais recente’, e o moderno passou a parecer cada vez mais um estilo que floresceu de aproximadamente 1880 até algum momento da década de 1960.”

3 A origem da palavra *espectador* é a raiz latina **Spec**, que está ligada a tudo o que brota, aparece, surge à vista de, mostra-se, inventa-se, ilumina-se, desvela-se. Está ligada ao *ver* e ao *ver* o que (*a*)*parece*. Desse radical surgem as palavras *speculum* (espelho), *speculare* (observar, espiar, espreitar), *spectare* (olhar, ter os olhos fixos em), *spectro* (simulacro, imagem), *spectaculum* (o que se dá à vista), além de *specie*, *aspectus* entre outras. No *espectador* unem-se o *spectatio* (aquele que observa, que assiste) e o *exspectatio* (desejo de ver e ouvir, impaciência, expectativa, esperança). Assim, todo *espectador* é também um *expectador*. IN BUENO, Francisco da Silveira. *Grande Dicionário Etimológico - Prosódico da Língua Portuguesa*. Editora Saraiva. São Paulo, 1968.

4 O'DOHERTY (2002) se refere ao “cubo branco” como a aparência de uma galeria ideal na fase moderna. Para isso, ela “subtrai da obra de arte todos os indícios que interfiram no fato de que ela é “arte”. A obra é isolada de tudo o que possa prejudicar sua apreciação de si mesma. (idem, p. 3)

Referências bibliográficas

ARCHER, Michael. *Arte Contemporânea: Uma História Concisa*. Tradução Alexandre Krug e Valter Lellis Siqueira. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

ARNHEIM, Rudolf. *Arte e percepção visual: uma psicologia da visão criadora*. São Paulo: EDUSP, 1980.

AUMONT, Jacques. *A Imagem*. Campinas; São Paulo: Papirus, 1993.

BOURDIEU, Pierre. *A economia das trocas simbólicas*. Série Estudos. São Paulo: Perspectiva, 2003.

_____; DARBEL, Alain. *O amor pela Arte: os museus de arte na Europa e seu público*. Tradução: Guilherme João de Freitas Teixeira. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo: Zouk, 2003.

CANCLINI, Néstor García. *Diferentes, Desiguais e Conectados: mapas da interculturalidade*. Tradução Luiz Sérgio Henriques. Rio de Janeiro: UFRJ, 2007.

_____. *Culturas Híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade*. Tradução Ana Regina Lessa e Heloisa Pezza Cintrão. São Paulo: EDUSP, 2008.

CASTILLO, Sonia Salcedo Del. *Cenário da Arquitetura de Arte*. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

COCCHIARALE, Fernando. *Quem tem medo da arte contemporânea?* 1ª reimpressão. Recife: Fundação Joaquim Nabuco / Massangana, 2007.

DANTO, Arthur C. *Após o fim da arte: a arte contemporânea e os limites da história.* São Paulo: EDUSP, 2006.

ECO, Umberto. *Obra Aberta: Forma e indeterminação nas poéticas contemporâneas.* São Paulo: Perspectiva, 1986.

_____. *A Definição da Arte.* Tradução José Mendes Ferreira. Lisboa: Edições 70, 2006.

FERVENZA, Hélio. A função do amanhã. In *Ciclo internacional de palestras: o visível e o invisível na arte atual – The visible and the invisible in contemporary art.* Belo Horizonte: CEIA, 2003. (pp. 70-89)

FRADE, Isabela. O Lugar da Arte, o paradigma multicultural frente ao primitivismo. In *Textos escolhidos de Cultura e Arte Populares.* Vol.1, nº1, 2004.

GALINDO, Daniel. *Folkcomunicação: mediação, mediação ou midiatização?* Disponível em http://www2.metodista.br/unesco/agora/pmc_agora_entender_territorios_daniel_galindo.pdf. Acesso em 25 abr. 2009.

GOMBRICH, E. *Arte e Ilusão.* São Paulo: Martins Fontes, 1986.

HALL, Stuart. A Questão Multicultural. In HALL, Stuart. *Da Diáspora: Identidades e mediações culturais.* Belo Horizonte: UFMG; Brasília: Representação da UNESCO no Brasil, 2003, pp. 51-100.

LANDOWSKI, Eric. Modos de presença visível. In: OLIVEIRA, Ana Claudia de (Org.). *Semiótica plástica.* São Paulo: Hacker, 2004. pp. 97-112.

LEINER, Jac. In *Ciclo internacional de palestras: o visível e o invisível na arte atual – The visible and the invisible in contemporary art.* Belo Horizonte: CEIA, 2003. (pp. 40-57)

MARTIN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia.* Rio de Janeiro: UFRJ, 2008, pp. 261-333.

O'DOHERTY, Bryan. *No interior do Cubo Branco: A Ideologia do Espaço da Arte.* Coleção a. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

VALVERDE, Monclar. Recepção e sensibilidade. In: VALVERDE, Monclar (org.). *As formas do sentido (Estudos em Estética da Comunicação).* Rio de Janeiro: DP&A, 2003.

CURRÍCULO

Vera Rodrigues, graduada em Educação Artística pela UERJ, é mestranda no Programa de Pós-graduação em Artes do Instituto de Artes da UERJ, administradora cultural do Centro de Artes Visuais da Fundação Nacional de Arte – FUNARTE – e tutora presencial do curso a distância de Pedagogia da UERJ, além de atuar na área de arte/educação.