



Universidade do Estado do Rio de Janeiro
Centro de Educação e Humanidades
Instituto de Artes

Ana Carolina Castro Silva

As megaexposições e a valorização da imagem institucional: um estudo de caso sobre a relação do Banco do Brasil e seu Centro Cultural

Rio de Janeiro
2023

Ana Carolina Castro Silva

As megaexposições e a valorização da imagem institucional: um estudo de caso sobre a relação do Banco do Brasil e seu Centro Cultural



Dissertação apresentada, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre, ao Programa de Pós-Graduação em História da Arte, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Área de concentração: História da Arte Global.

Orientadora Prof^a. Dra. Fernanda Pequeno da Silva

Rio de Janeiro

2023

CATALOGAÇÃO NA FONTE
UERJ/REDE SIRIUS/BIBLIOTECA CEH/B

S586 Silva, Ana Carolina Castro.

As megaexposições e a valorização da imagem institucional: um estudo de caso sobre a relação do Banco do Brasil e seu Centro Cultural / Ana Carolina Castro Silva. – 2023.

132 f.: il.

Orientadora: Fernanda Pequeno.

Dissertação (Mestrado) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Instituto de Artes.

1. Centro Cultural Banco do Brasil - Exposições - Teses. 2. Imagem corporativa – Teses. 3. Centros culturais - Exposições – Teses. 4. Política cultural – Teses. I. Pequeno, Fernanda, 1983-. II. Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Instituto de Artes. III. Título.

CDU 061.22

Bibliotecária: Eliane de Almeida Prata CRB7 4578/94

Autorizo, apenas para fins acadêmicos e científicos, a reprodução total ou parcial desta dissertação, desde que citada a fonte.

Assinatura

Data

Ana Carolina Castro Silva

As megaexposições e a valorização da imagem institucional: um estudo de caso sobre a relação do Banco do Brasil e seu Centro Cultural

Dissertação apresentada, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre, ao Programa de Pós-Graduação em História da Arte, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Área de concentração: História da Arte Global.

Aprovada em 15 de dezembro de 2023.

Banca Examinadora:

Prof^a. Dra. Fernanda Pequeno da Silva (Orientadora)
Instituto de Artes - UERJ

Prof. Dr . Mauricio Barros de Castro
Instituto de Artes - UERJ

Prof^a. Dra. Maria Lúcia Bueno Ramos
Universidade Federal de Juiz de Fora

Rio de Janeiro

2023

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho em primeiro lugar a Deus, que me deu a sabedoria e resiliência necessárias para concluir essa jornada, a minha família e aos professores e educadores que acreditaram e me prepararam durante minha vida escolar/acadêmica para que eu chegasse até aqui.

AGRADECIMENTOS

A Deus, fonte de toda criatividade e sabedoria, que me conduziu durante todo esse árduo processo de conhecimento e crescimento. À minha mãe, Selma, e à minha irmã, Agatha, que sempre me incentivaram e deram o suporte necessário. Ao meu irmão Tiago, que acreditou em mim desde o início e pagou minha inscrição para o processo seletivo do mestrado. À Beatriz Sant'Anna, pela disponibilidade em revisar os textos, pela amizade e pelas conversas edificantes. À Thaise Silva, por sempre crer no meu potencial para ir além. Aos irmãos da Igreja Batista de Abolição, que creem que a fé também se manifesta através da busca por excelência na vida acadêmica. À minha orientadora, Fernanda Pequeno, pela paciência e compreensão constantes, pelas palavras de ânimo e por me indicar caminhos possíveis para que esta dissertação se concretizasse. À UERJ, pela qualidade no ensino, da qual pude extrair as bases para conceber este trabalho. À FAPERJ, pelo apoio através da bolsa de pesquisa que me permitiu adquirir a literatura necessária, bem como arcar com os custos de transporte e alimentação necessários para me manter focada na pesquisa, agradeço a Pieter Tjabbes curador da exposição Egito Antigo: do cotidiano à eternidade, a arte educadora Maria Clara Boing (ccbb educativo RJ) e ao museólogo Cauê Donato (ccbb educativo SP) pelas entrevistas concedidas, meu agradecimento também a Maria Lúcia Bueno e Maurício Barros pela disponibilidade em compor a banca de qualificação e defesa deste trabalho. À minha avó, Maria do Carmo, que estando em vida me ensinou que, quando a vida não te dá muito, você deve ser forte e multiplicar o que tem.

A arte não é neutra. Podemos e devemos julgar seu conteúdo, seu significado e a qualidade do entendimento acerca da realidade que está incorporada nela.

H.R.Rookmaaker

RESUMO

SILVA, Ana Carolina Castro. *As megaexposições e a valorização da imagem institucional*: um estudo de caso sobre a relação do Banco do Brasil e seu Centro Cultural. 2023. 132 f. Dissertação (Mestrado em História da Arte) – Instituto de Artes, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2023.

A dissertação produzida tem por objetivo analisar e buscar compreender como ocorre a assimilação de capital cultural por meio do patrocínio privado, a pesquisa buscou analisar a relação entre o estabelecimento das leis de incentivo fiscal e a inserção das instituições bancárias no campo da cultura através de centros culturais, observando os contextos históricos que permearam tal inserção e as permanências que se dão no campo das artes e da cultura ainda hoje, observando de maneira mais direta a criação do Centro Cultural do Banco do Brasil dentro do contexto de inserção de instituições privadas no campo da cultura, que teve início na década de 1980. Tendo em vista o conceito de megaexposição e/ou exposição blockbuster, analisamos a exposição Egito antigo: do cotidiano à eternidade apresentada pelo CCBB RJ, a fim de explicitar como ocorrem as relações que se estabelecem entre a difusão da cultura e da arte e a promoção da marca Banco do Brasil (BB).

Palavras-chave: megaexposição; capital cultural; Egito antigo.

ABSTRACT

SILVA, Ana Carolina Castro. *Mega-exhibitions and the valorization of institutional image: a case study on the relationship between Banco do Brasil and its Center Cultural*. 2023. 132 f. Dissertação (Mestrado em História da Arte) – Instituto de Artes, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2023.

The dissertation produced aims to analyze and seek to understand how the assimilation of cultural capital occurs through private sponsorship. The research sought to analyze the relationship between the establishment of tax incentive laws and the insertion of banking institutions in the field of culture through centers cultural, observing the historical contexts that permeated such insertion and the permanence that occurs in the field of arts and culture even today, observing more directly the creation of the Banco do Brasil Cultural Center within the context of insertion of private institutions in the field of culture, which began in the 1980s. Considering the concept of mega-exhibition and/or blockbuster exhibition, we analyzed the exhibition Ancient Egypt: from everyday life to eternity presented by CCBB RJ, in order to explain how the relationships that are established occur between the dissemination of culture and art and the promotion of the Banco do Brasil (BB) brand.

Keywords: mega-exhibition ; cultural capital; Ancient Egypt.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 –	Fragmento de parede com cena agrícola V Dinastia (2435-2305 a.C.).....	61
Figura 2 –	Caixa incrustada IV Dinastia (2543-2435 a.C.).....	62
Figura 3 –	Sítula XVIII Dinastia (1539-1292 a.C.).....	63
Figura 4 –	Estatueta em bronze de Imhotep Período Tardio (722-332 a.C.)	65
Figura 5 –	Tampa falsa (estilo amarelo) XXI Dinastia (1076-943 a.C.) ...	67
Figura 6 –	Estela funerária de Mekimontu XVIII Dinastia (1539-1292 a.C.)	69

SUMÁRIO

	INTRODUÇÃO	10
1	ENTRE O PÚBLICO E O PRIVADO: A AUSÊNCIA DO ESTADO E A PRESENÇA DE INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS NA CRIAÇÃO DE CENTROS CULTURAIS	13
1.1	A relação entre as leis de incentivo à cultura e a mercantilização da arte no Brasil	20
1.2	Campos de poder, capital simbólico e marketing cultural	26
1.3	O marketing cultural e a apropriação da cidade	31
2	A MEGAEXPOSIÇÃO COMO FERRAMENTA DE PROPAGANDA INSTITUCIONAL: UMA ANÁLISE SOBRE A EXPOSIÇÃO EGITO ANTIGO DO COTIDIANO À ETERNIDADE	38
2.1	Espetáculo em forma de Exposição: a megaexposição e a espetacularização da Arte	43
2.2	Egito Antigo: do cotidiano à eternidade, uma perspectiva em cores e simbologias	56
2.3	A megaexposição e sua recepção: um processo que se dá para além do marketing cultural	70
3	O CENTRO CULTURAL COMO FERRAMENTA DE DEMOCRATIZAÇÃO DA ARTE ENQUANTO DIREITO HUMANO	74
3.1	A cultura como produto e direito humano	76
3.2	Centro cultural: espaço de ação e mediação cultural	81
3.3	Setor educativo e mediação: um caminho possível para outras formas de ver o Egito Antigo	89
	CONSIDERAÇÕES FINAIS	103
	REFERÊNCIAS	110
	ANEXO A - Entrevista com o curador da exposição Pieter Tjabbes	120
	ANEXO B - Entrevista com o museólogo Cauê Donato	123
	ANEXO C - Entrevista com a arte educadora Maria Clara Boing	126

INTRODUÇÃO

pensar economicamente as artes e a cultura não significa nivelar (ou tomar como equivalentes) as manifestações da criação humana e os bens produzidos em série pela indústria. Muito ao contrário, significa apenas aceitar que diversamente do que ocorre com sabonetes ou automóveis, existe uma relutância institucionalizada em reconhecer que as práticas culturais e os bens e serviços que dela resultam sejam presididos por lógicas de interesse, inclusive e sobretudo o interesse econômico.

José Carlos Durand

Ao longo da história, a arte tem exercido um poder de legitimação, um poder simbólico. Com o advento da indústria e a consequente alteração da percepção e uso do tempo e da consolidação da produção em massa, ela passou a agregar um poder econômico ao seu poder simbólico – o poder de mercadoria a ser produzida e consumida de forma seriada e/ou em grandes proporções. Passou, então, a ser vista como objeto não só para fruição no âmbito pessoal, mas também como ferramenta de promoção de marcas e instituições. Dessa forma, os sentidos e usos da arte contemporânea têm sido expandidos, fazendo-a conjugar capital financeiro e capital cultural, transformando obras e exposições em produtos disponibilizados como qualquer mercadoria pode ser dentro de seu nicho.

Mais do que tornar a arte acessível, oferecendo verdadeiros espetáculos, o Centro Cultural Banco do Brasil (CCBB) tem como função conferir destaque ao banco do qual recebe subsídios e leva o nome. Nesse sentido, é preciso refletir sobre quais são as bases e sobre quais motivações tais processos de democratização e disponibilização da arte, que alcançam um extenso público, têm ocorrido em grandes centros culturais como esse. Nossa pesquisa é pautada em revisão bibliográfica e no estudo de caso, pela análise da megaexposição curada por Pieter Tjabbes: *Egito Antigo: do cotidiano à eternidade*, apresentada pelo CCBB, relacionando o discurso de valorização da marca Banco do Brasil às megaexposições promovidas por seu Centro Cultural.

A escolha da tema do presente trabalho ocorreu como fruto da observação do fascínio que o Egito e sua cultura exercem sobre a cultura Pop ao redor do mundo(livros, filmes, moda etc...), estando presente na história brasileira desde 1808, a partir das praticas de colecionismo da família real portuguesa que se insere no Brasil,sendo a cultura egípcia também abordada, sobretudo por escolas publicas do Rio de Janeiro exaustivamente em visitas ao museu nacional, quando estava em pleno funcionamento, neste sentido cabe observar em que contexto e quais as nuances que uma megaexposição como Egito Antigo, do cotidiano à eternidade traz acerca desta cultura e para o cenário das exposições.Para tanto, nos inspiramos nas discussões acerca dos conceitos de campos de poder e capital cultural levantadas por Pierre Bourdieu. , também utilizamos como fonte de pesquisa o catálogo da exposição citada acima e as observações feitas *in loco*, bem como o próprio contexto de criação da instituição Centro Cultural Banco do Brasil e sua trajetória na difusão da arte e da cultura por meio da apresentação de megaexposições, retratada no catálogo *CCBB 30 anos*, em seus relatórios anuais e em manchetes de jornais.

No primeiro capítulo nos concentraremos em como se deu a inserção de instituições privadas, sobretudo do ramo financeiro nos campos da cultura e da arte, observando como as crises políticas e econômicas das décadas de 1970 e 1980 reduziram a capacidade do Estado em fornecer políticas culturais, bem como disponibilizar aparelhos nos quais o acesso a cultura fosse possível, oportunizando assim a criação de centros culturais financiados por instituições bancárias que se beneficiaram de isenções fiscais e como tais iniciativas no setor cultural serviram como ferramenta de propaganda institucional.

Neste capítulo inicial também discorreremos acerca da apropriação da cidade, analisando o como se da tal prática por meio do marketing cultural. Este primeiro capítulo tem por objetivo analisar e buscar compreender como ocorre a assimilação de capital cultural por meio do patrocínio privado, observando de maneira mais direta a criação do Centro Cultural do Banco do Brasil dentro do contexto de inserção de instituições privadas no campo da cultura, que teve início na década de 1980. Tendo em vista o conceito de megaexposição e/ou exposições *blockbuster*, analisaremos algumas exposições apresentadas pelo CCBB, a fim de explicitar como ocorrem as relações que se estabelecem entre a difusão da cultura e da arte e a promoção da marca Banco do Brasil (BB). Assim, a presente pesquisa visa analisar a relação entre

o estabelecimento das leis de incentivo fiscal e a inserção das instituições bancárias no campo da cultura através de centros culturais, observando os contextos históricos que permearam tal inserção e as permanências que se dão no campo das artes e da cultura ainda hoje.

No capítulo subsequente nos aprofundamos na questão da propaganda institucional observando o caso do Centro Cultural Banco do Brasil analisando o contexto de sua criação, discutindo as relações que se estabeleceram e estabelecem entre o processo de espetacularização da arte e a propagação de mega exposições em espaços culturais com grande circulação de público como centros culturais e museus, apontando o papel da expografia e da cenografia na construção de estruturas e ambientações que levam o público ao fascínio por meio de experiências sensoriais e imersivas levando em consideração o diálogo estabelecido com o curador Pieter Tjabbes a respeito da exposição Egito Antigo do cotidiano à eternidade promovida pelo Centro Cultural Banco do Brasil, bem como tratamos do conceito de megaexposição exemplificando tal conceito por meio de sua análise. Esta exposição subdivide-se em três setores que tratam aspectos diversos da vida e da cultura egípcia a partir de práticas e costumes do cotidiano, religião e ritos funerários, destes três ambientes selecionamos seis peças as quais analisamos, observando o contexto, as técnicas empregadas e onde se situam no desenvolvimento da história da arte.

No capítulo final desta dissertação tratamos a princípio da cultura como produto e direito humano destacando a arte como elemento constitutivo da mesma, sendo por conseguinte um direito ao qual os cidadãos devem ter amplo e livre acesso, nesta parte do trabalho também destacamos o centro cultural como local de ação e mediação cultural que promove o acesso a arte e o exercício da cidadania. Apontando as diferenças entre ação e mediação cultural e como estas se dão no centro cultural.

Neste último capítulo abordamos também a atuação do setor educativo na mediação e nos processos de apropriação e interpretação das obras de uma exposição, focando especificamente nas ações dos setores educativos das Unidades do CCBB RJ e do CCBB SP, utilizando informações adquiridas por meio de entrevistas realizadas com a arte educadora Maria Clara Boing e do museólogo Cauê Donato, responsáveis respectivamente pelo educativo dessas unidades do CCBB a época da mega exposição Egito Antigo: do cotidiano a eternidade.

1 ENTRE O PÚBLICO E O PRIVADO: A AUSÊNCIA DO ESTADO E A PRESENÇA DE INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS NA CRIAÇÃO DE CENTROS CULTURAIS.

A partir da década de 1960, os processos de mercantilização da arte ganharam força tendo como pano de fundo a ascensão progressiva de políticas pautadas na gênese do que viria a se tornar o neoliberalismo. Tal mercantilização, por vezes, colocou de lado o valor estético e inerente das obras, visando, sobretudo, as possibilidades de lucro. Desde então, é perceptível o aumento progressivo de valores mercadológicos na formação de curadores de arte, assim como o surgimento e consolidação de centros culturais e fundações pertencentes a bancos e instituições financeiras nas décadas que se seguiram.

Nos anos 60, com a pós-modernidade, os sistemas de arte foram questionados em suas práticas de venda e procedimentos de valoração. No entanto, tal dúvida não o enfraqueceu enquanto instância de legitimação, pois novos sujeitos, tais como os museus de arte moderna e as galerias de arte, entraram no sistema, representando o Estado e a instância privada. Uma nova hegemonia surgiu diante do contexto internacional da arte contemporânea, juntamente com os sistemas nacionais locais, que não funcionaram isoladamente. (COELHO; MENDONÇA, 2014, p.159)

A intensificação da inserção da lógica financeira no campo da Arte, a partir deste período principalmente, gerou um embate entre valor monetário e valor simbólico, na medida em que

O aspecto mercadológico da obra de arte é parte constituinte da mesma enquanto obra: ela é arte, mas também é uma mercadoria. Um tipo diferenciado e único de mercadoria. Essa aparente contradição tem reflexos em questões que envolvem a valoração das obras de arte. Isso porque a predominância de uma mentalidade capitalista de espetacularização e de consumo atinge a sociedade como um todo e gera reflexos no mundo artístico. (FETTER, 2017, p.405)

Tal processo de mercantilização da arte ocorre no âmbito global, afetando os circuitos artísticos que manifestam essa nova mentalidade, especialmente através de exposições espetaculares de alcance popular. Jean Baudrillard (1997¹), por exemplo, ao observar essa tendência, analisando especificamente o processo de inauguração do Centro Nacional de Arte e Cultura Georges Pompidou – popularmente chamado

¹ o texto foi escrito bem próximo a inauguração do Centro cultural, em meio a efervescência que este gerou.

de Beaubourg –, em Paris, fez considerações acerca da dinâmica da recepção das obras expostas e do próprio simbolismo do centro cultural diante das massas. Segundo o sociólogo, as multidões afluíam para um espetáculo apresentado em linguagem que não conheciam e, dessa forma, o conjunto de símbolos e referências abarcado pelas obras e pelo próprio Pompidou enquanto instituição era ignorado ou mitigado na medida em que seus espectadores não dominavam os códigos necessários para a sua compreensão. Sendo assim, toda a espetacularização proposta consistia, na verdade, em um artifício para encobrir a ausência da real fruição, mostrando a contradição no discurso de promoção da arte e da cultura, a começar pela arquitetura, posto que:

com suas redes de tubos e o seu ar de edifício de exposições ou de feira universal, com a sua fragilidade (calculada?) dissuasiva de toda mentalidade ou monumentalidade tradicional, proclama abertamente que o nosso tempo nunca mais será o da duração, que a nossa temporalidade é a do ciclo acelerado e da reciclagem, do circuito e do trânsito dos fluidos. A nossa única cultura no fundo é a dos hidrocarbonetos, da refinação, do *cracking*, da partição de moléculas culturais e da sua recombinação em produtos de síntese. Isto, Beaubourg -museu quer esconder, mas Beaubourg -carcaça proclama (...). De todo modo, a própria ideologia da "produção cultural" é a antítese de toda a cultura como a de visibilidade e de espaço polivalente: a cultura é um lugar de segredo de sedução, de iniciação de uma troca simbólica restrita e altamente ritualizada. (BAUDRILLARD, 1997, p. 160-161.)

Para Baudrillard (1997), tal processo de fornecimento de arte em larga escala não se tratava de uma democratização cultural, mas sim de um projeto de padronização ideológica das massas, visto que

Nunca foi tão claro que o conteúdo aqui – a cultura, em outro lugar a informação ou a mercadoria – é apenas o suporte fantasma da operação do próprio meio, cuja função é sempre induzir massas, fazer um fluxo humano e mental homogêneo (BAUDRILLARD, 1997, p.166)

Ao avaliar essa relação entre arte e recepção, o teórico classificou a experiência do público como superficial e inconsciente,

Beauborg é um monumento de dissuasão cultural. Sob um cenário de museu que só serve para salvar a ficção humanista da cultura, é um verdadeiro trabalho de morte da cultura que aí se faz e é a um verdadeiro trabalho de luto cultural que as massas são alegremente chamadas. E elas se precipitam para lá. Essa é a suprema ironia de Beaubourg: a massa precipita-se para lá não porque almejam cultura de que estariam privadas há séculos, mas porque têm pela primeira vez a oportunidade de participar

maciçamente nesse imenso trabalho de luto de uma cultura que, no fundo sempre detestaram. (BAUDRILLARD, 1997, p.164)

A análise de Baudrillard a respeito do efeito que Beaubourg causava no público foi absorvida e ressignificada como um conceito aplicável à realidade de outros centros de cultura e seus megaeventos. Assim, o chamado “efeito Beaubourg” tem sido utilizado para classificar a relação superficial entre público e arte, a historicização e o congelamento/morte desta, e a “exposição de seu corpo”, situações que se dão nestes ambientes em que são disponibilizadas obras de arte para um público amplo e diversificado, uma vez que

Os museus teriam se convertido em espaços de geração de renda e não de fruição artística. Por essa razão, eles estariam mais preocupados em criar dinâmicas de visitação rápida, com exposições temporárias de forte apelo publicitário em torno de obras consagradas que passaram a viajar para várias partes do mundo. (MIORIM 2019, p.68)

Como aponta Baudrillard (1997), os museus de arte, galerias, centros culturais etc. “esconderiam tesouros” à plena vista e apenas aqueles com a cosmovisão adequada poderiam decifrar e compreender tais segredos que ao grande público seriam vedados. Para ele, “*a cultura é um lugar de segredo, de sedução, de iniciação, de uma troca simbólica restrita e altamente ritualizada.*” (BAUDRILLARD, 1997, p.161). Portanto, eventos de grande porte e com largo apelo publicitário, como os promovidos pelo Beaubourg, entre outros espaços culturais, não propiciariam uma fruição consistente e consciente.

Em suma, Baudrillard defende em sua análise que um espaço que se intitula público não se configura necessariamente em espaço democrático, pois a popularização da Arte por meio desses espaços implica muitas vezes em uma perda de seu valor, já que a compreensão adequada do que é a obra de arte deveria ser precedida por um aparato de saberes que oriente a contemplação.

Charlotte Klonk (2009) também avaliou o crescente processo de mudança na dinâmica dos circuitos da arte sob o viés da comoditização. Ela desenvolveu sua abordagem a partir das questões ideológicas que permearam as transformações nas formas de expor do Museu de Arte Moderna de Nova York (*Museum of Modern Art – MoMA*), da Escola de Arte e Design Bauhaus, na Alemanha, e de outros museus dos Estados Unidos, que também se refletem na lógica dos museus que promovem grandes exposições na contemporaneidade. Klonk (2009) estruturou sua análise

tendo como foco principal os idealizadores desses museus e seus processos de construção das exposições enquanto ferramentas de propaganda do capitalismo norte americano e do consumo da arte como produto.

A ascensão de uma nova forma de exposição no MoMA se deu no contexto da grande depressão. Ainda que tal crise tenha atingido diversos setores, os idealizadores do museu buscaram reverter os impactos de causa econômica por meio desse novo tipo de exibição de arte, e então reviver a mentalidade característica da sociedade de consumo afetada pela crise. Nesse ínterim, também acompanhado de mudanças sociais proporcionadas pelo *New Deal*, a concepção de um novo edifício representou a materialização do museu como mediador entre a arte e o comércio. Desde a fachada de vidro alinhada à rua, a entrada afunilada, a porta giratória e o balcão de informações, semelhantes à recepção de um hotel, tudo convidava as pessoas a consumirem. “Mais do que visitantes do museu, as pessoas eram instigadas a se tornarem clientes” (KLONK 2009, p.148). A forma com a qual as telas eram didaticamente organizadas e como os estilos de Arte Moderna eram dispostos buscava refinar a percepção estética do visitante, estabelecendo o museu como espaço de cultivo e lapidação do gosto, desse modo formando cidadãos informados para a sociedade de consumo emergente nos Estados Unidos. Em meio a um cenário conturbado e de rápidas transformações sociais e econômicas, a ação objetivava transformar os espectadores em consumidores educados, sendo a arte uma *commodity*² e a exposição um guia prático de compra. Klonk (2009) ainda pontua que o posicionamento do novo museu não se estabeleceu sem críticas. Sua forma de historicizar a arte, proposta por Barr³ foi contestada por aqueles que a entendiam

² “Commodity” (commodities) é um termo inglês utilizado para designar mercadoria, nas relações comerciais o termo é adotado para nomear um tipo de produto primário ou em estado bruto, que tem seu preço gerido não pelo custo produtivo, mas sim por sua cotação no mercado (SANDRONI, 1999), neste sentido, Charlotte Klonk (2009) apropria-se do termo de cunho econômico para indicar as tendências mercantis crescentes no campo da arte, bem como a visão de arte como mercadoria largamente difundida e consumida.

³ Alfred Barr responsável pela curadoria MoMA introduziu uma série de mudanças que traziam certo caráter intimista, mas que se diferenciavam dos ambientes propostos anteriormente por outras instituições, pois apesar do ambiente acolhedor “não convidava a um repouso e sim a um fluxo dinâmico”. Klonk aponta que as relações que Barr estabelecia entre indústria e arte podem ser vistas na forma como ele classificava o trabalho do museu, assim como em uma fábrica moderna, Barr ainda produzia exposições em moldes tradicionais e classificava o trabalho do museu em: produção, que consistiria no processo de estudo, crítica, erudição, compreensão e gosto construídos dentro do Museu e que seria uma base para a consolidação da imagem deste, e em distribuição, que compreendia a forma como tais conhecimentos produzidos circulavam por meio de catálogos de exposições, publicidades e associações etc. (KLONK, 2009)

como transcendental e atemporal. A separação feita entre as duas origens sociais⁴ também foi alvo de julgamentos, pois essa forma de apresentar a arte preocupava-se em representar uma ideologia que atendesse às premissas capitalistas norte-americanas no século XX e que fosse compatível com a concepção de individualidade, criatividade e liberdade defendida pelos empresários que administravam o museu destacado. A análise de Charlotte Klonk (2009) não se reduz aos impactos que o pensamento mercadológico gera no âmbito das instituições expositoras de arte. A historiadora de arte alemã também levantou considerações a respeito da renomada Escola de Artes e Design Bauhaus, evidenciando o impacto da lógica de mercado nas obras de Herbert Bayer, por exemplo. Ela mostrou que o artista, deixando de lado um caráter mais crítico presente em trabalhos anteriores, passou a favorecer projetos mais sedutores e atrativos, que geraram uma interação e reflexão em relação às obras sob um âmbito unicamente pessoal. Isso conforme a tendência das exposições vigentes, de estímulo à busca de uma linha de argumentação de cunho estético, não social, nem político. Uma espécie de orientação planejada para um olhar mais superficial.

Na Bauhaus, Bayer realizou uma série de exposições que mantinham essa perspectiva, nas quais os objetos e ambientes deveriam persuadir e conduzir a plateia a uma reação planejada e direta. Ainda que na Bauhaus o espetáculo nas atividades tenha se instalado em todos os lugares, tornando o ambiente mais dinâmico, diferentemente do que ocorria no MoMA, que incentivava a postura mais contemplativa, em ambos os casos os olhares eram orientados e não havia uma reflexão livre nem decisões pessoais em relação ao percurso da experiência em artes (KLONK, 2009, p.148). Assim, Charlotte Klonk (2009) expõe de maneira explícita e incisiva a expansão da lógica de mercado que ocorre nessas instituições desde a década de 1930.

Nos processos ocorridos no Centro Nacional de Arte e Cultura Georges Pompidou, observados por Jean Baudrillard (1997), no Museu de Arte Moderna de Nova York e na Escola de Arte e Design Bauhaus, analisados por Charlotte Klonk

⁴ O discurso de Barr indicava que deveria ocorrer um afastamento entre arte e sociedade para uma criação livre, no entanto na prática não existia essa separação na medida em que ao reforçar as ideias capitalistas o MoMA reforçava a imagem construída dos Estados Unidos como líder do ocidente, defensor da democracia e do livre comércio reforçando um discurso socialmente construído. (KLONK, 2009, p 151-152)

(2009), notam-se divergências de estratégias, mas as similitudes destacam o mesmo objetivo: criar um espectador dentro dos moldes da sociedade de consumo que se ergue e fortalece. Além disso, tanto Baudrillard (1997), quanto Klonk (2009) evidenciam em suas considerações a percepção de que tal espetáculo, para o qual as massas são convidadas nessas grandes exposições, tem por motivação principal a exaltação da imagem da instituição promotora, bem como a reafirmação dos valores de mercado no campo da cultura, processo que vem se aprimorando até a contemporaneidade dentro dos museus e espaços de cultura. Neles, mais do que espectadores, os visitantes são ensinados a tornarem-se consumidores de um novo produto oferecido: a arte.

Ao mesmo tempo em que há, de certo modo, uma transformação da arte em *commodity* e sua oferta de forma mais abrangente para diversos setores da sociedade – através das grandes exposições e da propagação de centros culturais–, surge também um movimento de crítica à sua consagração nesses grandes centros. Ele se faz visível na produção de obras que vão na contramão das regras do mercado. Ergue-se, então, o discurso de morte da arte que aparece em consonância com o movimento de produção de uma antiarte, pois

Desde a segunda década do século XX, com a obra de Marcel Duchamp (1887-1968) e, logo, com o Dadaísmo, é a própria instituição “arte” que é posta em questão. Sim, a arte havia se institucionalizado o bastante para ocupar o lugar de uma nova espécie de religião no mundo laicizado pelas conquistas burguesas. Com seus templos- os museus; seus sacerdotes- os críticos, curadores e historiadores; seus santos- os artistas; seus objetos de culto- as obras de arte; e seu mercado- as galerias. Desconstruir esse sistema, apontar seu calcanhar de Aquiles, e, simultaneamente, seu núcleo criativo, foi o projeto de Marcel Duchamp; tentar negá-lo - através de manobras radicais de produção de antiarte - era a utopia dadaísta. São essas questões - desconstrução e negação da arte- e suas convenções, que reaparecem em outro contexto cultural, nos anos 1950, e generalizam-se em numerosos de numerosos artistas a partir dos 60 e 70. (DUARTE, 2002, p.144)

Discursos pró e contra a predominância dos valores de mercado no campo das artes são formulados. Ao observá-los, torna-se evidente que a mentalidade mercadológica se constitui como centro das produções. Sendo a cultura um produto social, em uma sociedade regida por essa lógica, não há como a arte estar isenta de se tornar também mercadoria.

No sistema da arte os protocolos sociais também tem mudado, apesar do protocolo de negar a atuação do mercado ainda ser vigente, ele tem funcionado de forma paradoxal, a crítica ao mercado reafirma sua existência e função creditando papel fundamental nos processos de formação de valor da arte, em especial da arte contemporânea. Nas últimas décadas a arte deixou de ser considerada patrimônio para ser vista como uma classe de investimento. (FETTER, 2017, p. 408)

Essa centralidade dos valores mercadológicos se torna evidente na busca de alguns artistas, que desejam se inserir nos circuitos de arte já consagrados, por posicionamento, seja pela adequação ou pela rejeição de tal mentalidade através da antiarte e/ou da exposição de obras em espaços alternativos.

A obra não se submete mais ao desejo de colecionadores e curadores de museus. Resiste ao seu enquadramento como objeto de fetiche, de culto e consagração. Não respeita os espaços que estão previamente destinados a recebê-la. Procura novos lugares, subverte esses lugares e os redefinem pela sua presença (...) uma atitude crítica dos artistas diante da inscrição da obra de arte no mercado como a mais comum das mercadorias e, de outro, a resistência aos rituais de consagração pelas mais diversas instituições da academia aos museus. (DUARTE, 2002, p.144)

Em se tratando de Brasil, a poética gerada pelo movimento antiarte se manteve historicamente preservada em obras posteriores a esse período, entretanto, a tônica de tais produções passou em sua maioria a ser regida pelas cotações do mercado, direcionando-se cada vez mais a consumidores e não a fruidores de arte, na medida em que,

das mudanças operadas no país com a distensão política promovida a partir de 1974, e mais precisamente após a promulgação da lei de anistia em 1979, até os impasses e a perplexidade diante de um universo democrático, porém selvagem e mercantilizado como o que se afigura no início do século XXI, passando pela fugaz euforia das Diretas Já e das ralas promessas de uma “Nova República”, percorreu-se um longo caminho no qual as experiências artísticas se transformaram crescentemente em produtos culturais. Uma diversidade de propostas e olhares pode ser percebida, alguns ainda críticos e alternativos, mas em sua maioria acompanhando as cotações do mercado simbólico de bens culturais, numa atitude que se impõe de maneira inexorável, com a aquiescência de um público consumidor e cada vez mais individualista em seus projetos. (KORNIS, 2002, p. 287)

Apesar dessa efervescência na produção cultural, que ocorreu mesmo em contexto ditatorial, em termos de políticas públicas houve poucos avanços. Nesse sentido, pode-se dizer que as décadas de 70 e 80 movimentaram a dinâmica cultural em termos de poéticas, obras e linguagens artísticas, porém, em termos de políticas

públicas, representam uma estagnação, um encolhimento e até uma ausência total do Estado no que diz respeito à administração efetiva do setor cultural.

1.1 A relação entre as leis de incentivo à cultura e a mercantilização da arte no Brasil

No cenário brasileiro, a consolidação da mercantilização da arte ocorreu de forma gradual, dando seus primeiros indícios a partir das décadas de 1940 e 1950, através da presença da iniciativa privada no âmbito da cultura. Nesse período, foram fundadas instituições como o Museu de Arte de São Paulo (MASP), em 1947, e o Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro (MAM-RJ), em 1948, baseadas em projetos e recursos do empresariado brasileiro e até estrangeiro – como o ocorrido no caso do Museu de Arte Moderna de São Paulo (MAM-SP), que recebeu doações de Nelson Rockefeller⁵. Apesar desses espaços terem sido originados por meio de capital privado, posteriormente, com a criação do Ministério da Educação e da Cultura (1953), tais instituições passaram a receber recursos governamentais. Entretanto, a delegação do gerenciamento da cultura à iniciativa privada por meio de fomento público não foi característica exclusiva do período de redemocratização. O que se configurou da década de 1980 em diante foi o aprofundamento de uma forte crise econômica que afetou as políticas sociais vigentes, incluindo as questões ligadas à cultura. A redemocratização abriu brechas para um processo de privatização da cultura baseado nas leis de incentivo fiscal que buscavam estimular a inserção da iniciativa privada no campo cultural, a fim de suprir a ausência de ações do Estado nesse setor, visto que mesmo com a redemocratização, que permitiu a reestruturação do setor cultural, os problemas gerados pelo fim do milagre econômico persistiram. O

⁵ Rockefeller foi também o principal produtor dos princípios de negócio no MoMA, aumentando o seu lucro e o tornando mais independente em relação às doações externas, uma dessas medidas incluiu a cobrança de ingressos. Além disso, houve grande atenção por parte de Rockefeller em relação à difusão da imagem do museu sobre várias formas de propaganda, incluindo o discurso do então presidente Roosevelt na ocasião da inauguração do museu; Tal prática de difusão aderida por museus norte americanos e europeus foi incorporada posteriormente por museus centros culturais brasileiros.

retorno de um sistema democrático de governo aliado a esse contexto gerou o surgimento de uma nova forma de gestão cultural.

Apesar do surgimento de uma nova instância administrativa para a cultura, o Ministério da Cultura (MinC) - em 1985 -, e da intenção de estabelecer um diálogo mais franco com a sociedade, o período Sarney foi marcado por uma diminuição da responsabilidade do Estado sobre a gestão da cultura, com carência de recursos humanos, físicos e financeiros. É desse período a introdução da política de incentivo fiscal para contribuintes que apoiassem ações na área da cultura, por meio da Lei Sarney (1986). Esta fundamentava-se na possibilidade de estimular as organizações privadas a desenvolverem suas próprias políticas culturais, mas também calcada na necessidade de buscar recursos públicos antes que os mesmos chegassem ao Tesouro e fossem absorvidos pelas demandas advindas de uma dívida externa elevada e de um controle austero do gasto público. (COELHO; MENDONÇA, 2014, p.160)

Diante de tal cenário, durante o período do governo Sarney (1985-1990), houve um encolhimento da participação estatal nas questões culturais e, frente a essa ausência do Estado, a iniciativa privada se fez cada vez mais presente no campo da cultura, sobretudo a partir da criação da chamada Lei Sarney, sancionada em 1986, que previa a concessão de incentivos fiscais para contribuintes que apoiassem e/ou criassem ações voltadas para o setor cultural.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA - Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º. O contribuinte do imposto de renda poderá abater da renda bruta, ou deduzir com despesa operacional, o valor das doações, patrocínios e investimentos inclusive despesas e contribuições necessárias à sua efetivação, realizada através ou a favor de pessoa jurídica de natureza cultural, com ou sem fins lucrativos, cadastrada no Ministério da Cultura, na forma desta Lei.

§ 1º Observado o limite máximo de 10% (dez por cento) da renda bruta, a pessoa física poderá abater:

- até 100% (cem por cento) do valor da doação;
- até 80% (oitenta por cento) do valor do patrocínio;
- até 50% (cinquenta por cento) do valor do investimento.

(BRASIL, 1986)

A lei também previa a elaboração de uma carteira especial para financiamento de custos operacionais:

Art. 6º. As instituições financeiras, com os benefícios fiscais que obtiverem com base nesta Lei, poderão constituir carteira especial destinada a financiar, apenas com a cobertura dos custos operacionais, as atividades culturais mencionadas no art. 4º. (BRASIL, 1986)

Posteriormente, durante a vigência do governo de Fernando Collor de Mello (1990-1992), foi elaborada a Lei Federal de incentivo à cultura (Lei Rouanet), que passou a ocupar o lugar da já extinta Lei Sarney⁶. Como política pública em vigor para o setor cultural, seu projeto inicial tinha como objetivo central a promoção de parcerias público-privadas, na difusão da cultura. No entanto, na prática, a despeito do idealizado em sua construção, tornou-se uma ferramenta de promoção de marcas patrocinadoras, visto que

A ação do Estado, dinamizada pela Lei Rouanet, pode ser ponte para um "mercado de patrocínios" preocupado, "majoritariamente", com fortalecimento de eventos culturais cooptados pela lógica do capitalismo financeiro em detrimento de processos democratizantes de produção, circulação e fruição. (MIORIM, 2019, p.73)

Em sua redação, a Lei Rouanet abriu brechas para que eventos culturais promovidos pela iniciativa privada – que visam, principalmente, sua autopromoção – possam ser totalmente financiados por recursos públicos, já que o capital investido por tais instituições podem ser compensado pelos impostos abatidos.

A própria legislação dispõe que 25% do bem cultural poderá ser utilizado pelo patrocinador do projeto, segundo seus próprios critérios. Desta forma, o patrocinador poderá ficar com parte daquilo que foi por ele patrocinado (ingressos de apresentações, livros, CDs etc.). O que em geral, feito pela empresa patrocinadora para ações de marketing institucional ou de relacionamento, visto que a empresa poderá utilizar este recurso para garantir mais um retorno para o seu negócio. O risco que o patrocínio da produção cultural oferece é, portanto, mínimo, uma vez que os recursos gastos serão revertidos em forma de isenção fiscal. (ASSIS, 2007, p.56)

Durante a vigência do primeiro mandato presidencial de Fernando Henrique Cardoso (1994-1997), por meio de medida provisória foram feitas alterações na Lei Rouanet.

A mudança consiste na ampliação da alíquota de dedução de Imposto de Renda -que hoje varia entre 66% e 76%- para 100% em quatro áreas específicas: artes cênicas, música erudita e instrumental, livros de arte e de valor literário incontestável e, por fim, acervos de museus e bibliotecas públicas. Isso significa que, a partir da vigência da medida, as empresas

⁶ Popularmente conhecida como Lei Rouanet, sancionada em 1991 pelo então secretário de cultura Sérgio Paulo Rouanet, a Lei de incentivo à cultura oficializou a prática já existente do mecenato privado, reestabelecendo o previsto pela Lei Sarney, que havia sido eliminada no ano anterior pelo próprio Collor.

patrocinadoras de projetos nessas áreas poderão deduzir de seu Imposto de Renda 100% do valor investido. (DECIA, 1997)⁷

Tais mudanças propiciaram benefícios ainda maiores para segmentos do setor privado dispostos a promover ações de cultura e arte, tendo em vista, sobretudo, as questões de mercado, como sinalizou Luiz Perez, jornalista enviado especial de Brasília, do jornal Folha de São Paulo:

O presidente Fernando Henrique Cardoso assinou ontem MP (medida provisória) que cria, segundo ele, a "Lei Sarney-Rouanet-Weffort". Em discurso improvisado, FHC batizou assim a lei, pelo fato de ser uma "desburocratização" promovida pelo ministro da Cultura, Francisco Weffort, da Lei Rouanet, que modificara a Lei Sarney. A medida assinada ontem permite a empresas e pessoas físicas descontar no IR até 100% dos investimentos culturais, não ultrapassando 5% do imposto devido. A MP aplica-se a cinco[*sic*]áreas: artes cênicas; música erudita e instrumental; livros de valor artístico, literário e humanístico; acervos de museus e exposições; acervos de bibliotecas públicas. O ministro Francisco Weffort disse à Folha que a nova MP não vai fazer com que "qualquer elucubração momentânea" tenha apoio de empresas -e aponta o mercado como um fator de seleção. "Existem de 2.200 a 2.500 projetos no mecenato. Não é verdade que todos consigam apoio." "Claro que o Estado tem que garantir que investimentos feitos em atividades culturais sejam beneficiados em deduções. Mas o objetivo é o mercado." (PEREZ, 1997)⁸

O protagonismo do setor privado oportunizado por essa e outras leis de incentivo à cultura, também criadas a nível estadual e municipal, transfere a condução das políticas culturais do Estado para instituições regidas pelas leis do mercado, já que

Na verdade, o que estas leis de incentivo realizam é, nada mais, nada menos, que a transferência para o mercado, não só da seleção das produções culturais, mas, sobretudo, de sua realização. O caráter, destarte, dessa política cultural adotada pelo Estado a partir dos anos oitenta evidencia-se dentro de uma concepção neoliberal, guardando coerência com a política econômica em vigor neste período. Este formato de realizar política, não só submete o fomento da produção cultural às normas de mercado, mas, sobretudo, o insere na lógica mercantil- capitalista. O mercado, desta forma, assume a decisão de viabilizar as manifestações artísticas e os órgãos públicos de cultura são colocados a serviço dos conteúdos e padrões destas escolhas e preferências, cujo real objetivo é a comunicação empresarial através de sua ação de patrocínio. (ASSIS, 2007, p.54)

Surgem, então, diversos centros culturais idealizados por empresas do setor privado, dentre elas instituições financeiras, que se configuram como espaços que

⁷ O texto pode ser lido integralmente em https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9532.htm#art6ii

⁸ *Idem* nota 7

buscam atrair novos investimentos, clientes e visibilidade para as marcas de suas instituições. Esses centros culturais reproduzem, essencialmente, ações orientadas para o espetáculo, privilegiando primeiramente a lógica econômica em detrimento das demandas culturais.

A fim de obterem legitimidade perante a comunidade da qual fazem parte, os bancos começam a se utilizar dos mecanismos governamentais, como as leis de incentivo à cultura, para conseguirem isenção de impostos ao financiarem projetos culturais e, ao mesmo tempo, alcançarem visibilidade junto à mídia como organizações socialmente responsáveis. Consideramos que um dos setores que mais sofrem com isso é o setor cultural, pois o Brasil, ao adotar as práticas econômicas baseadas no pensamento neoliberal, passa a implementar políticas culturais pautadas pelo "liberalismo cultural". Essas políticas não defendem modelos únicos de representação simbólica, assim como entendem que não é dever do Estado promover cultura e oferecer opções culturais para a população. Dessa forma, o apoio a cultura passa a depender mais da iniciativa privada, o que acaba por enquadrar a cultura nas leis de mercado. Entende-se nesse caso, que a cultura deve ser uma atividade lucrativa a tal ponto que seja possível sustentar-se. (LÔRETO, 2007, p.2)

No Brasil, a política de incentivos fiscais aprofunda e difunde ainda mais a imagem da cultura como mercadoria, ampliando o seu uso em estratégias de marketing. Conforme o atrelamento da imagem institucional a projetos de cunho cultural se mostra eficiente, tal eficiência estimula de forma crescente a inserção da iniciativa privada no campo da cultura por meio de fundações e centros culturais.

Do ponto de vista dos empresários – aqueles que investem no setor cultural – a preocupação se dá a obtenção do retorno de imagem para sua empresa, sua marca, seus produtos, na comunicação que realizam. E, por isso mesmo, este investimento é mensurado, seja através de acompanhamento do seu desempenho no mercado, seja através de pesquisas de retorno de imagem. Os resultados das pesquisas – que possivelmente apontam para um investimento positivo – resultam na permanência e expansão das políticas de marketing cultural. (ASSIS, 2007, p. 40)

Além das questões relacionadas à ausência do Estado no que se refere a políticas públicas voltadas à gestão cultural, existem outras razões pelas quais ocorreu a inserção das instituições bancárias no campo da cultura. Entre elas podemos destacar, principalmente, a busca por legitimação da marca e/ou discurso institucional expressos, principalmente na realização de grandes eventos.

O uso da esfera pública para produção de imagem e de legitimação corporativa é impressionante e contempla equipamentos, programas e ações de alta complexidade: escolas e universidades, serviços sociais, equipamentos culturais, campanhas de solidariedade social e de

preservação do meio ambiente, entre outros, colocando-se como alternativa à atuação do Estado e como demonstração de sua falência. Embora muito limitadas em termos de abrangência, as experiências cuidadosamente selecionadas para divulgação são sempre mostradas carregadas de sucesso e de qualidade, compondo um pretendido horizonte idealizado- e privatizado- de ação social. (FERNANDES, 2006, p. 56)

Visando manter as vantagens competitivas em relação às demais instituições, as organizações financeiras expandem sua área de influência para além do campo da economia, já que, de acordo com a lógica de mercantilização, arte e cultura podem constituir-se como ferramentas de propaganda e moeda de troca entre público (cliente), setor privado e Estado. Isso acontece à medida que tais campos fornecem às instituições bancárias um capital que elas não possuem, o capital cultural, que reforça o seu poder perante o público em termos simbólicos.

A partir dos enlaces formados através das instituições bancárias e os atores que compõem o campo cultural, fica nítida uma escolha decisiva por projetos culturais voltados para um grande público. Não há preocupação em preservar a identidade da localidade, em desenvolver a cultura local. A ausência de uma ação reguladora do poder público só demonstra a força das instituições bancárias em utilizarem suas ações para promover espetáculos (e não cultura), com o objetivo de tornar sua marca fortalecida. (LORÉTO; PACHECO, 2007, p.12)

Especificamente no que diz respeito às instituições culturais financiadas por bancos, ao passo que pode se observar que

Apesar de ser detentor de grande capital econômico, o Banco não possui muito capital cultural, o que o coloca em posição de instabilidade no campo. Para efeito de diminuir essa instabilidade e adquirir legitimidade, o Banco estabelece relações com a comunidade por meio da manutenção de centros culturais de apoio às artes. Essa ação está, na verdade, circunscrita por uma lógica econômica, uma vez que, por meio do aumento da legitimidade, visa atrair mais clientes, melhorar a performance e incrementar os negócios. (OLIVEIRA; VIEIRA; SILVA, 2007, p.135)

Logo se estabelece uma relação de troca e até de compra e venda, em que diferentes capitais são negociados dentro dos diferentes campos de poder. O banco fornece seu capital financeiro para patrocinar exposições e eventos e em troca agrega valores do campo da cultura à sua imagem/ marca.

Valendo-se de estratégias mercadológicas, em estruturas de mecenato e patrocínio, as empresas visam transferir para si o prestígio de determinado produto cultural e buscam, através da associação direta ou subliminar, legitimação junto ao meio ao qual pertencem (...) Pode-se considerar esta estratégia dentro do marketing como mais um instrumento de comunicação

de uma empresa junto ao seu consumidor, uma vez que: O projeto cultural tem a capacidade de transportar uma informação de um universo, que é o público que consome aquele produto cultural, para outro universo, que é o público consumidor do produto ou do serviço da empresa patrocinadora.(ARAÚJO, 2011, p. 4)

Assim sendo, empresas privadas, incluindo instituições financeiras como Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal, Itaú, dentre outras, beneficiadas por tais leis, se apropriaram de um capital que não o seu de origem, apoiando e financiando projetos ligados à arte e à cultura, criando seus próprios centros culturais como ferramentas de um discurso enaltecedor de seu “legado” cultural, educacional e artístico para as futuras gerações.

1.2 Campos de poder, capital simbólico e marketing cultural

Pierre Bourdieu (2004) classificou como Campos de poder os espaços nos quais disputas entre diferentes forças e capitais ocorrem⁹. Esses capitais podem ser políticos, econômicos, sociais, culturais etc. Ou seja:

⁹ É importante observar que no contexto atual existem certas limitações às teorias de Bourdieu, como por exemplo a proposição do tratamento de fatos sociais como coisas. Tal entendimento pressupõe que existem instâncias específicas de cada campo que atuam de forma independente, ainda que mantenham algum tipo de relação com os demais. Uma das limitações das teorias de Bourdieu se encontra nesse fato de que diversos de seus conceitos se embasam na certeza de um contexto estruturado e/ou centralizado na dominação. Ou seja, para Bourdieu, os diferentes campos possuem sempre uma hegemonia. Assim sendo, ainda que haja disputa no campo, este possui dominadores majoritários não havendo equiparação de força entre os membros que os compõe. Bruno Latour não descarta a existência de recorrências sociais e da possibilidade de seu mapeamento, no entanto, diferentemente do que é proposto por Bourdieu, Latour não compreende tais recorrências como ocultas ou implícitas no sentido de se mascarar “um plano maior orquestrado pelos que exercem o domínio”, e, sim, como fenômenos que como tal só podem ser mensurados e analisados depois que ocorrem. Latour compreende que a realidade se constrói na contradição e, por isso, o domínio de um grupo ou classe não pressupõe uma participação passiva dos demais indivíduos que compõem determinado contexto. Deste modo é aceitável que tais repetições e similaridades possam ser percebidas não só por quem analisa externamente, como também, pelos próprios indivíduos inseridos no contexto analisado. Assim sendo, é possível que os agentes dos fatos sociais sejam conscientes da lógica geradora dos princípios que os movem e não somente replicantes de práticas historicamente construídas e impostas por camadas dominantes. Deste modo, Bruno Latour compreende que as relações sociais são construídas de forma menos estruturada e “mais orgânica”. Por isso, um processo de categorização como o proposto por Bourdieu não deve ser imposto, mas, sim, adaptado à cada realidade levando em consideração as particularidades e não só os aspectos conscientes, mas, também, os aspectos inconscientes das dinâmicas cotidianas, como tentamos fazer ao longo do presente trabalho.

Um campo é uma esfera da vida social que progressivamente se torna autônoma por meio da história das relações sociais, da história das disputas, com recursos e temporalidades próprios que se distinguem dos de outros campos, as pessoas não se movem pelas mesmas razões no campo econômico, no político, no artístico, no desportivo. Cada campo está estruturado por ações de dominação, de lutas entre dominantes e dominados. Esta pluralidade de formas de dominação produz mecanismos específicos de capitalização dos recursos que são próprios dos diferentes campos: não só capital econômico, mas também cultural político e etc. (CORCUFF, 2009, p.15)

Sob esta perspectiva, cada campo possui um capital próprio que determina quem exerce o poder. Aqueles que possuem o capital específico do campo exercem mais poder, sendo assim capazes de estabelecer regras e posturas; os que não possuem o capital requerido em determinado campo negociam e/ou se submetem aos que detém o poder nesse espaço em que valores mercadológicos possuem grande peso na construção da hierarquia. Logo, se estabelece uma relação de troca e até de compra e venda, em que diferentes capitais são negociados dentro dos diferentes campos de poder. Nesse sentido, é possível compreender a busca das instituições financeiras por associar-se à produção cultural, posto que,

Enquanto sistemas de significações, os produtos culturais podem ser associados diretamente a uma forma de poder, ou, representam um poder simbólico, o mesmo poder simbólico descrito por Pierre Bourdieu, que pode ser colocado a serviço da dominação ou da emancipação. Parece estar justamente no poder simbólico dos produtos culturais o interesse da iniciativa privada em investir nesse setor. (ARAÚJO, 2017, p.4)

Bourdieu (2018) avalia as práticas culturais a partir dos valores da cultura, que se mostra legitimada socioeconomicamente. Isto é, as observações feitas acerca da cultura de massas têm como parâmetro de valor o padrão da cultura clássica e/ou da classe dominante e, assim sendo, a valoração da arte se dá principalmente de forma vertical, por meio da outorga de um valor comercial a um bem simbólico. Desse modo, há uma permuta de valores na medida em que “sob o domínio das regras de mercado o conceito de cultura mistura-se com o conceito de mercadoria e o contrário também é verdadeiro.” (ARAÚJO, 2017, p.3). Logo,

A força do Capital simbólico manifesta-se na inclusão da cultura na valorização de investimentos econômicos; no crescimento do número de firmas dedicadas ao marketing; na expansão dos serviços relacionados à embalagem imagética de produtos; na venda de estilos de vida nos circuitos mais avançados do consumo; na ênfase na aparência frente a outros elementos, menos evidentes das identidades sociais; na produção monitorada do corpo pelos novos serviços; na espetacularização de áreas

urbanas, em conexão com metas da indústria cultural (espaços culturais, centros de exposição, promoção de eventos com grande capacidade de atração de consumidores. (RIBEIRO, 2006, p. 42)

Segundo Bourdieu (2018), os curadores, por exemplo, assim como os marchands, críticos etc., são como banqueiros que negociam e ditam as regras que determinam o valor da obra e do artista por meio do investimento do seu próprio capital cultural, suas experiências anteriores no âmbito cultural, as quais lhe conferem a bagagem que permite reconhecer o que é ou não é arte, o que tem ou não tem valor. Aí está o poder do seu discurso para legitimar bens culturais. Nisso consiste seu capital simbólico. O sociólogo ainda afirma que o profissional do mercado da arte

(...) não é somente aquele que outorga à obra um valor comercial, colocando-a em relação com um certo mercado, o empresário, que defende, como se diz, os autores que lhe agradam”. Mas, é aquele que pode proclamar o valor do autor que defende (cf. a ficção do catálogo ou do comunicado destinado à imprensa) e, sobretudo, “empenhar, como se diz, seu prestígio” em seu favor atuando como “banqueiro simbólico” que oferece, como garantia, todo o capital simbólico que acumulou (e, realmente, passível de ser perdido em caso de erro). (BOURDIEU, 2018, p.22)

Considerando tais conceitos, pode-se entender a marca como uma imagem socialmente construída da empresa, fortalecida pela inserção desta na esfera da cultura enquanto financiadora/ patrocinadora por meio do marketing cultural, que consiste em:

um conjunto de ações promocionais baseadas em eventos, atividades culturais ou produtos artísticos com intuito de criar, desenvolver ou reforçar uma imagem favorável à organização que as patrocinam. Conjunto esse que realça o papel da organização como agente ativo na sociedade: Assim sendo, as empresas transformam a arte em negócio financeiro e moldam também a imagem de acordo com o investimento artístico. Trata-se de uma segmentação da criação de uma nova forma de visibilidade que busca agregar valor à marca. A cultura voltada para as massas requer, pela sua consumação, a própria cultura como esfera de transação viabilizada pelo marketing e por estratégias de investimento precisos. A identidade cultural agregada à marca é transformada em objeto de consumo, tornando-se um recurso de exposição espontâneo e amplo. (ARAÚJO, 2017, p.2)

Assim, a mercantilização dos bens culturais confere às instituições financeiras um capital simbólico, que implica em valorização da marca enquanto a atrela à produção cultural.

O Resultado desse processo dar-se-ia pela concentração na aplicação de recursos. Uma concentração geográfica e personalística, na medida em que

artistas já consagrados recebem grandes investimentos, pois são os que trarão retorno de marketing das grandes empresas (MIORIN, 2017, p.71)

A mercantilização da cultura tornou-a, de certa forma, superficial e genérica à medida que massificou seus conteúdos e temas com vistas ao comércio, aumentando seu valor enquanto mercadoria, mas diminuindo seu caráter único ao delegar ao segundo plano sua subjetividade, a fim de explorar seu potencial para geração de lucro. Diante disso, a relação entre a cultura enquanto produto e as estratégias para atender e gerar demandas em âmbito público se evidencia, pois:

Nas características dos bens culturais e do mercado onde são oferecidos, que reside o princípio fundamental das diferenças entre os empreendimentos comerciais e os empreendimentos culturais. Um empreendimento encontra-se tanto mais próximo do polo comercial (ou, inversamente, mais afastado do polo cultural), quanto mais direta ou completamente os produtos oferecidos por ele no mercado corresponderem a uma demanda preexistente, ou seja, há interesses preexistentes, e as formas preestabelecidas. (BOURDIEU, 2018, p.56)

Nesse sentido, a apresentação de uma exposição de larga escala e/ou visibilidade – que atraia um público extenso por sua temática chamativa, com entrada gratuita ou preços irrisórios – representa uma eficiente estratégia de marketing cultural, pois, as empresas fornecem seu capital financeiro para patrocinar exposições e eventos que geram satisfação para o grande público e, em troca, agregam valores do campo da cultura à sua marca. Isso gera ganhos para a imagem da instituição a curto e médio prazo; e gera lucro, a longo prazo, por meio da captação de novos clientes.

Desse modo, não seria apenas o "rendimento monopólico" da obra de arte a motivação para o envolvimento dos grandes agentes do capital nesse mercado, nem o status que a posse da obra confere ao seu detentor, mas também os momentos em que esta obra circula em midiáticas exposições de arte em uma dinâmica que potencializa os ganhos econômicos, políticos e sociais simultaneamente, para os agentes promotores desses fenômenos culturais. (MIORIN, 2019, p.67)

Por essa razão, as obras de arte, as estruturas expográficas, as formas de mediação e o setor educativo que constituem os centros culturais estão enquadrados no escopo de afirmação e propagação da imagem das instituições financeiras – e de seus ideais –, no cerne das experiências pessoais durante uma exposição.

A exposição e a rede institucional e de agentes que a produz, promove e sustenta é parte constitutiva deste processo de construção da crença no

valor da obra. E, de modo concreto, as opções por uma determinada localização, pela vizinhança ou pelo distanciamento entre duas ou mais obras de um mesmo artista ou de artistas de diferentes gerações e posicionamentos conceituais e estéticos, chegando à escolha por uma iluminação mais dramática ou pretensamente neutra, são decisões aparentemente técnicas que participam deste discurso e desta construção de valor, sejam ou não percebidas como implícitas, explícitas ou pressupostas. (CARVALHO, 2012, p.52-53)

Sendo assim, as megaexposições cumprem melhor o papel de ferramenta de valorização da imagem institucional ao passo que atraem um público maior, trazendo mais visibilidade. Nas palavras do curador Johannes Cladders:

As instituições se desligaram dos artistas. Elas celebram a si mesmas e a seus patrocinadores, sua função principal transformar uma obra, em obra de arte, tornou-se obsoleta. A instituição confirma a própria identidade enquanto instituição. E assim a questão do número de visitantes passa a ganhar um papel cada vez mais importante. (CLADDERS in. OBRIST, 2010, p.83)

A arte enquanto discurso – em uma perspectiva estruturalista própria das ciências exatas, da qual as ciências humanas por vezes se apropriam – pressupõe uma resposta de seus receptores, em uma trajetória 'calculada e previsível". Dessa forma, é compreensível que os bancos em seus centros culturais apliquem a lógica de mercado, transformando em números mensuráveis experiências pessoais e imensuráveis. Em outras palavras, os bancos calculam números de visitantes que frequentaram exposições de seus centros culturais e associam quantidade a sucesso. Tal prática subverte o sentido da arte enquanto experiência pessoal de cunho qualitativo.

Se a busca do mercado é o lucro, este não se realiza com a mercadoria em si, com a venda desta mercadoria – símbolo – significante, mas com o sentido que ela adquire neste contexto, ou ainda com a marca à qual ela está associada, com a imagem positiva gerada por ela. A cultura, ou expressões artísticas, transfere – quase que magicamente – o seu valor às logomarcas às quais são associadas, imprimindo-lhes uma nova aura, ou um novo significado. Da mesma forma, a marca do patrocinador, também transfere algo de si – sua consistência, respeitabilidade, solidez, confiança, etc. – às produções culturais por ele patrocinada, gerando assim a imagem do "ganha-ganha" associada ao marketing cultural; ganha a empresa com uma forma distinta de comunicação, publicidade – e tudo o mais que está a isto associado, como valorização, visibilidade da marca do produto, etc. –, ganha a comunidade com os eventos, os produtores, os artistas. (ASSIS,2007, p.77)

Portanto, a inserção de instituições privadas no campo cultural se justifica como estratégia eficaz e consolidada no fortalecimento da imagem e da marca institucionais.

Por meio de símbolos e valores imateriais consolida-se o valor material. Neste sentido, a exposição configura-se como uma ferramenta do marketing cultural que estabelece elos entre o que uma instituição deseja dizer e como ela o diz, afim de alguma forma estimular o público a sintetizar suas propostas e conteúdos, ou seja, a exposição é a principal forma pela qual o público assimila a identidade e propósito da instituição, na medida em que esta reflete os conceitos, ideias e ideais que a instituição deseja transmitir.

1.3 O marketing cultural e a apropriação da cidade

Uma outra estratégia de marketing cultural observada é o processo de apropriação da imagem da cidade, pois associa sua história e seu capital simbólico à história e à imagem das instituições privadas.

Ao se afirmarem enquanto agentes que problematizam conceitual e valorativamente a cidade e a cultura, as corporações desempenham papel fundamental e tendem a hegemonizar a definição dos princípios que devem regê-las. Resultado desse processo, instaura-se como valor guia a adequação da cidade e da cultura aos processos de valorização, mercantilização e acumulação, assim como a potencialização desses processos através de ambas. (FERNANDES, 2006, p.56)

Portanto, no campo da construção de culturas, a arte se insere como modeladora de comportamentos e fazeres compatíveis com o ritmo e a formatação das cidades regidas pela lógica liberalista.

No campo das artes visuais, os Estados liberais compreenderam a força das exposições de arte para auxiliar a formação de um “novo homem”, o qual seria compatível com as expectativas daquele processo histórico. A construção da individualidade não escapou, em nenhuma dimensão, da relação capital/trabalho derivada desse processo (...) ao olhar para arte como uma forma de conhecer e se relacionar com o mundo, a constituição de coleções de arte acessíveis ao público criou mecanismos de visitação para um espaço de socialização que se incrementou em sua função social (a de educação). (MIORIN, 2019, p.72)

Logo, a arte também se apresenta como ferramenta de conformação do homem à paisagem, como uma forma de dominá-la e/ou adequar-se a ela, integrando

a cultura material e imaterial existentes no cenário urbano, sendo inclusive um modo de expressar como essa conjugação se dá na maneira como a cidade é habitada.

A arte, assim como a filosofia, é um modo de habitar a cidade. E, nesse sentido, a arte não existe na cidade. Ela é a cidade enquanto a cidade reflete a si mesma. Ela apresenta o estado do tráfico de interesses, paixões, pensamentos, tudo aquilo que envolve nossa experiência urbana. (PEIXOTO, 2006, p.488)

Dentro dessa perspectiva, as exposições de arte não só podem representar o contexto social no qual são produzidas como também podem produzir novos fatores que se inserem e o dinamizam. Assim, as configurações das exposições que ocupam a cidade revelam uma visão de mundo de forma subjetiva ou objetiva, que perpassa essas dinâmicas sociais na medida em que

Em vez de apenas comentar a sociedade em metáforas textuais ou visuais, a exposição também cria e performa uma relação social (...). Ao ser perguntado acerca de arte e política, Daniel Buren disse uma vez que “um trabalho de arte que é produzido para um público e exposto a um público tem sempre um impacto político, como uma ação que se inscreve em uma certa ordem social. Não apenas representa uma situação atual em figuras ou palavras, mas também a produz. (HOFFMAN, 2004, p.21)

Assim, a arte da qual os centros culturais pertencentes a empresas privadas se apropriam pode servir não só como ferramenta de homogeneização cultural e apagamento de tensões entre os diferentes modos de viver que concorrem entre si nos grandes centros urbanos, como também pode ser um elemento catalisador das diversas formas de expressão, de pertencimento e uso do espaço urbano.

Áreas da cidade, monumentos naturais e artificiais, corpos e gestos transformam-se em focos (ou nichos) da acumulação primitiva do Capital Simbólico. A apropriação do passado acontece de forma mais ou menos sutil, envolvendo desde adoção de espaços públicos por empresas privadas até processos, mais diretos e violentos de controle do patrimônio coletivo. (RIBEIRO, 2006, p.40)

Desse modo, podemos entender que a dinâmica de ocupação e desocupação dos centros urbanos está intrinsecamente ligada à dinâmica das relações comerciais e de mercado estabelecidas pelo capitalismo, visto que tal revitalização/refuncionalização dos centros urbanos se mostra como uma estratégia de marketing, uma ferramenta utilizada a serviço da valorização de grandes marcas e da imagem da própria cidade.

A história, a memória e a cidade transformam-se em supermercado de produtos e eventos produzidos para serem consumidos de maneira contínua e voraz. A criação de museus e sua multiplicação infundável, a museificação de espaços urbanos e o tombamento generalizado de bens materiais e imateriais- até mesmo os saberes são institucionalmente exteriorizados em relação a seus produtores- indicam o papel desempenhado pelo consumo cultural na esfera da reprodução ampliada da sociedade. Lazer e cultura confluem para um processo unificado, onde o valor do novo, o valor da novidade e o valor de história compõem associados e interdependentes e para os quais os processos culturais e históricos devem ser modificados e deputados. Dessa forma, assegura-se a sua transformação em objeto de lazer, fácil e dócil no consumo a ser realizado. (FERNANDES, 2006, p.58)

O Centro Cultural Banco do Brasil, nesse ponto, não é uma exceção. Seu surgimento se deu no contexto de delegação da cultura à iniciativa privada e, assim como ocorreu nas demais instituições, grande parte de sua programação se construiu com base na espetacularização da arte e da cultura, a fim de por meio da grandiosidade do que é exposto marcar histórias e conseqüentemente atrelá-las à sua própria história, agregando valor simbólico à marca de seu financiador – Banco do Brasil –, que já possui o capital financeiro.

A função e o destino da arte e da cultura devem ser sempre estes: tornar-se patrimônio coletivo, passar a fazer parte do cotidiano e da vida das pessoas, de seus sonhos e pensamentos. O verdadeiro valor de toda arte, em todas as épocas, é imaterial, é ser sonho, pensamento e vida de sucessivas gerações. Este atravessamento marcante de gerações, este deixar-se ver e viver por sucessivos grupos de homens e mulheres através dos tempos, fazendo com que tragam para sempre em seus corações as imagens, sentimentos e cicatrizes colhidas por seus olhares, isto caracteriza a grande arte. E é disto que falamos quando começamos a lembrar as inúmeras grandes exposições e os grandes artistas postos a ver nas exposições do CCBB. Mostras inesquecíveis, surpreendentes, lembranças que trazemos conosco. Obras e artistas que passaram a fazer parte de nossas memórias, indelévels, identificadas a afetos, descobertas, construções, aprendizados. Essa é a história deste legado. (CCBB 30 anos, 2019, p.109)

Na verdade, no cenário carioca, o CCBB se coloca como pioneiro no que se refere à transformação dos espaços de arte e cultura, em vitrine, espaços de propaganda e consumo, lugar onde se busca a qualidade que vai do ambiente aos serviços, deslocando o público para outra realidade.

Quando o visitante entra em um ambiente claro, limpo, bem sinalizado e com serviços disponíveis como cafés e restaurantes, acaba por dizer que está entrando em um ambiente de primeiro mundo, tenha ele saído fisicamente ou não do Brasil. O Centro Cultural Banco do Brasil inaugurou este padrão de excelência em termos de exposição no Rio de Janeiro e o público tem se mantido fiel à Casa. (SANTOS, 2002, p.105)

Este bem receber que caracteriza o Centro Cultural Banco do Brasil integra o conjunto de estratégias que visa promover a imagem da instituição e seus valores, bem como demonstrar sua inserção nas tendências midiáticas e acadêmicas.

Receber bem, portanto, é uma condição existencial permanente face às circunstâncias sociais (seu patrono é um banco de economia mista; logo, ao mesmo tempo público e privado), às pressões da opinião pública (do espaço espera-se sempre o melhor e a demarcação do que é ou não arte, do que se produz atualmente nesse campo), aos valores impostos pelos meios de comunicação (a mídia está constantemente em busca de notícias, de novidades, de casos de sucesso) e às convenções acadêmicas (os projetos espelham os estudos desenvolvidos e os pautam). (OLIVEIRA; BARROSO, 2016, p.7)

No caso da unidade carioca, a história das instalações do CCBB confunde-se com o próprio processo de desenvolvimento da região central da cidade do Rio de Janeiro, na medida em que surge e se aprimora inserido na dinâmica das transformações sofridas por ela.

O território no entorno do Centro Cultural Banco do Brasil deixa de ser um polo de comércio e de transações econômicas (séculos XVIII-XIX) para abrigar um grande corredor cultural, que ia do Museu Histórico Nacional ao CCBB e atualmente se estende até o Museu de Arte do Rio (séculos XX-XXI), justificando assim a opção de transformar uma agência do Banco do Brasil no Centro Cultural que conhecemos. Esse corredor cultural ampliou-se com a escolha da cidade do Rio de Janeiro como sede das Olimpíadas de 2016. O grande Viaduto da Perimetral, que antes ligava a Avenida Brasil ao bairro do Castelo, deu lugar a um extenso passeio público cercado de espaços culturais e praças, transformando toda a zona portuária da cidade em um imenso centro turístico. O Centro Cultural Banco do Brasil, que já era reconhecido internacionalmente como um dos museus mais visitados do mundo, ganha ainda mais notoriedade neste novo espaço da cidade. Com estes exemplos e com um olhar mais atento para o interior e o exterior do CCBB, podemos ter uma longa e prazerosa aula de história do Rio de Janeiro e do Brasil. (CCBB 30 anos, 2019, p.45)

Ainda que o entrelaçamento entre a história do centro da cidade do Rio de Janeiro e a história do Centro Cultural Banco do Brasil seja factual, há um aspecto simbólico que permeia essa relação, do qual o Banco do Brasil se apropria por meio de seu centro cultural a fim de realçar seu valor enquanto instituição. O apagamento do Estado enquanto promotor de políticas públicas no setor cultural e as brechas presentes no processo de revitalização da cidade facilitam este processo de apropriação.

O CCBB impõe no espaço da área central da metrópole carioca duas marcas fortemente vinculadas à força e representatividade do campo simbólico (ideologia e poder), bem como à esfera do capital (reprodução do capital através da utilização dos serviços culturais oferecidos e também dos investimentos para a manutenção de atividades e realização de eventos, que são, respectivamente, a monumentalidade e o consumo cultural). (MACHADO, 2002, p.36)

Portanto, para melhor compreender os processos de apropriação da arte como ferramenta de marketing cultural incorporados pelo Banco do Brasil, também se faz necessária uma análise, ainda que sucinta, da origem e do contexto histórico que se desvelava no período do surgimento de seu centro cultural. Devido à crise financeira que se instaurou em âmbito internacional a partir de 1970, o Brasil se viu obrigado a recorrer ao fundo monetário internacional negociando dívidas já existentes e adquirindo novas dívidas. Esse cenário de crise revelou a falência a longo prazo do projeto do governo militar de tornar o Brasil uma potência econômica e a mídia, pautada pelos valores neoliberais, atribuía a recessão, os altos índices de desemprego e a crise econômica que se generalizava, às ações estatais. Tal cenário oportunizou o fortalecimento de um discurso antiestatal, gerando a diminuição do papel do Estado a fim de reverter a lacuna orçamentária provocada pelo insucesso do plano econômico do regime militar.

Os esforços antiautoritarismo e os anseios por liberdade de expressão da sociedade brasileira que resultaram na volta do regime civil eram desenvolvidos sob o cenário mundial altamente ideologizado da década de 1980, a cargo do conservadorismo neoliberal das gestões Reagan, nos Estados Unidos, e Thatcher, no Reino Unido. A política de privatização e de livre comércio ensejada por ambos, com resultados iniciais positivos no controle da inflação e domínio dos desequilíbrios econômicos, apesar do custo social e posterior retorno dos problemas que julgavam debelar (inflação, estagnação, etc.), lançou a agenda neoliberal como a verdade absoluta da ocasião, enredando os países dependentes e com economia fragilizada no discurso antiestatal. (VIEIRA, 2006, p.64)

As transformações ocorridas no cenário econômico mundial afetaram o Brasil gerando não só o encolhimento das ações do Estado como também questionamentos a respeito das empresas estatais já estabelecidas, o que também levantou críticas a respeito dos gastos públicos. Tal conflito entre as esferas pública e privada propiciou uma reorganização estrutural no modelo de gestão público, visto que o Estado passou a ser encarado como um empecilho para o desenvolvimento nacional.

A nova ordem que se instaurava confusamente, a reboque do segundo choque do petróleo e da recessão econômica nos países altamente

industrializados, com a conseqüente elevação das taxas de juros no mercado internacional e a suspensão de novos empréstimos ao Brasil pelo sistema financeiro internacional, transformava o Estado de agente promotor em obstáculo ao desenvolvimento, assim como as conquistas sociais do Estado de Bem-Estar passaram a ser vistas como distorções que oneravam a previdência social e a agilidade das empresas. (VIEIRA, 2006, p.63)

Na cidade do Rio de Janeiro a crise econômica reverberou e aprofundou-se, sobretudo, com o fim de sua função como centro administrativo da capital federal. Isso ampliou o número de desempregados, trabalhadores informais e pessoas em condição de miséria na região central da cidade, ficando evidenciada a progressiva deterioração urbana causada pela exclusão de camadas da sociedade do chamado estado de bem-estar social. Como resposta a esse cenário, começaram a ocorrer uma série de mudanças em relação a construções, meios de transporte e apropriação de espaços por meio de um projeto de revitalização, que visava valorizar essa área central, atraindo pessoas e gerando renda.

Os processos de transformação da configuração da cidade e, em especial, de seu centro não se restringem à década de 1980, pois ao longo das décadas tem ocorrido intervenções sob diferentes contextos e gestões administrativas, com avanços e paralisações. Nesse sentido, a revitalização do centro do Rio tem se tornado um movimento quase que contínuo, que perpassa diferentes períodos tendo como cerne a busca por reafirmar a cidade e sua identidade diante de um cenário de globalização, à medida que esses novos usos urbanos resgatam sua história e suas origens sob uma outra perspectiva.

Entretanto, destacamos os anos de 1980, pois foram um marco nesse ponto, tendo em vista a regulamentação do chamado corredor cultural em 1989, o que gerou inúmeras possibilidades de marketing cultural e lucro.

Podemos afirmar que a área central do Rio de Janeiro e suas múltiplas identidades e símbolos, materializados em diversos objetos arquitetônicos, consolida sua posição como importante produto cultural urbano. O resgate da importância de seu núcleo central através do "corredor cultural", aproveitando a riqueza histórica e a monumentalidade do seu patrimônio, aliado a funções e práticas sócio espaciais características da sociedade moderna que valorizam o espetáculo diferenciado, centraliza uma série de possibilidades de sedução. (MACHADO, 2002, p.31)

Nesse sentido, é possível compreender que o processo de recuperação da infraestrutura e do complexo de imóveis do centro do Rio a partir da década de 1980 está diretamente ligado ao processo de reversão da crise econômica por meio da criação de condições adequadas ao reaquecimento das iniciativas de investimento

neste setor da malha urbana. Tais intervenções tinham por objetivo o resgate/manutenção das atividades comerciais e culturais ali já estabelecidas, e ainda o reestabelecimento das relações da população com o local até então desvalorizado e, em partes, abandonado.

Sendo assim, o resgate da história, tradição e cultura locais por meio da revitalização de antigas construções representou uma busca por um ponto de estabilidade, uma âncora que manteria firme o cenário ideal diante da crise. Desse modo, o modelo de revitalização urbana adotado pela cidade do Rio de Janeiro durante esse período visou explorar o capital simbólico de seu centro por meio da ressignificação e da reestruturação funcional de prédios e lugares com relevância histórica, a fim de inserir-se no *hall* dos grandes circuitos culturais mundiais, bem como melhorar sua própria imagem diante da opinião pública. Nesse contexto, enquadraram-se as parcerias administrativas público-privadas, que a partir de uma proposta de gestão descentralizada visavam produzir uma imagem urbana satisfatória para o mercado global.

Assim, o Rio de Janeiro, entre as capitais brasileiras, tornou-se pioneiro no desenvolvimento de um projeto de recuperação e ressignificação da área central da cidade nos moldes das intervenções já recorrentes nos Estados Unidos e na Europa. Essas políticas de revitalização urbana mantiveram o foco no campo da cultura, desse modo permitindo que tais reformas partissem também de equipamentos culturais que se estabeleciam como o Centro Cultural Banco do Brasil, esse, por sua vez, agrega a curto e médio prazo valor simbólico à imagem do banco e, a longo prazo, lucro. Essa dinâmica baseia-se, sobretudo, nas megaexposições, prática e conceito nos quais nos aprofundaremos a seguir nesse trabalho.

Para tal iremos nos ater de maneira específica a análise da exposição Egito Antigo: do cotidiano a eternidade, cujas peças são advindas do Museo Egizio, da cidade de Turim, na Itália, e apresentada no Centro cultural Banco do Brasil na cidade do Rio de Janeiro entre os anos de 2019 e 2020.

2 A MEGAEXPOSIÇÃO COMO FERRAMENTA DE PROPAGANDA INSTITUCIONAL: UMA ANÁLISE SOBRE A EXPOSIÇÃO EGITO ANTIGO DO COTIDIANO À ETERNIDADE.

Dentro do contexto de endividamento e descrédito do Estado, sobretudo a partir dos anos de 1980, o Banco do Brasil, afetado por essas questões econômicas, buscou resgatar sua imagem, que estava associada ao Estado e, portanto, igualmente desacreditada, já que nesse período cabia a ele a regulação das questões econômicas do país¹⁰. Ademais, por ocasião da comemoração dos 180 anos da instituição, em 1988, uma série de eventos no campo das artes e da cultura foi realizada a fim de ressaltar a sua participação na história e desenvolvimento nacionais e, assim, restaurar e valorizar sua imagem diante da opinião pública.

As estratégias de celebração dos 180 anos do Banco do Brasil, que inclui a criação do Centro Cultural, se inscrevem, nesse sentido, como “tradição inventada”, como o estabelecimento de práticas de natureza ritual e simbólica que materializam a “continuidade” histórica a um passado desejado e a legitimidade, pela repetição, dos valores ideológicos e institucionais cobiçados. (VIEIRA, 2006, p.76)

Esses eventos teriam como culminância a inauguração do Centro Cultural Banco do Brasil na cidade do Rio de Janeiro¹¹. A ostensiva evocação ao passado durante as comemorações e, mesmo após elas, aponta para o reconhecimento dos valores simbólicos da cultura e da cidade como estratégia para angariar valores financeiros, bem como fortalecer a imagem institucional idealizada. Dentro disso, o surgimento e a inserção do Centro Cultural Banco do Brasil no processo de recuperação do centro da cidade do Rio de Janeiro representaram um movimento em direção à preservação da imagem do banco por meio da revisão de sua memória real e elaboração de uma origem idealizada. Outrossim, tal inserção propiciou o agregamento de valores simbólicos e financeiros no processo de “enobrecimento

¹⁰ Posteriormente, o Banco do Brasil foi substituído no cumprimento dessa função, com a criação do Banco Central como órgão regulador das políticas públicas voltadas à economia.

¹¹ Por conta de reformas ainda em andamento no prédio da rua 1º de Março, a abertura do Centro Cultural Banco do Brasil foi adiada para o ano seguinte, sendo inaugurado no dia 12 de outubro de 1989.

urbano”, envolto por um discurso de promoção cultural e preservação histórica, ao passo que

Nas atuais políticas urbanas que se utilizam da cultura como estratégia de intervenção para a revitalização de áreas degradadas ou esvaziadas, a relação entre política cultural e território urbano se explícita, como no caso de projetos urbanísticos de intervenção em áreas centrais com implantação de equipamentos culturais, criação de espaços públicos circundantes. Neste caso, a relação entre política cultural e o território urbano nos parece clara. É preciso, no entanto, ir além desta óbvia constatação, indagando se a presença de um equipamento cultural ou das habituais promoções culturalizantes, como feiras, shows e outros eventos temporários nas áreas renovadas permitem caracterizá-los como culturais, ou como territórios culturais. A literatura crítica disponível nos mostra que os resultados destas intervenções contemporâneas, muitas vezes, se revelam apenas espaços comerciais enobrecidos pelo consumo cultural. (VAZ; JACQUES, 2006, p.76)

Essa busca de visibilidade por meio da espetacularização da cidade e de sua cultura se insere no escopo das estratégias de resgate e valorização da imagem do Banco do Brasil, pois

A cidade enquanto objeto cultural retificado, portanto, pode ser lida através de basicamente três processos: a celebração do privado, a patrimonialização e a cenarização, que comparecem combinados e com maior ou menor intensidade a depender do projeto em questão. (FERNANDES, 2006, p.56)

Com isso, é possível observar como tais mudanças estruturais e o crescimento exponencial na realização de grandes eventos culturais na região central da cidade se relacionam, estando o Centro Cultural Banco do Brasil mergulhado nesse contexto, visto que ao longo dos anos tem se tornado referência na promoção de megaeventos e megaexposições.

Não podemos deixar de mencionar que a monumentalidade do CCBB exerce um papel fundamental, ao produzir marcas/símbolos que possuem grande efeito no que tange ao consumo cultural turístico, como a valorização do espetáculo arquitetônico (simulacro), o extremo cuidado com a limpeza e a segurança do local e, claro, a produção impecável de suas atividades culturais constituem fatores de grande aceitação tanto por parte das agências de turismo como pelos turistas. (MACHADO, 2002, p.56)

O uso da monumentalidade por parte do Centro Cultural Banco do Brasil é justificável, uma vez que ela confere visualidade a um poder simbólico, representando de forma material uma influência exercida no campo imaterial. Portanto, quanto maior for o espetáculo, maior será a projeção da imagem e dos símbolos que cercam a cidade e suas instituições e maiores serão as possibilidades de lucro. Dessa forma,

pode-se compreender que o Centro Cultural Banco do Brasil atravessa e é atravessado pela história da cidade do Rio de Janeiro, sendo influenciado e influenciando a história da área central da cidade. Tal relação coopera para o desenvolvimento e escolhas das propostas de exposições, conforme se considera a circulação de pessoas e o funcionamento do espaço urbano ao longo do ano. Assim, a presença geográfica do CCBB se evidencia como ferramenta de propagação da marca e a presença simbólica desta enquanto integrante da paisagem que constitui a região central da cidade, tendo em vista que a paisagem pode ser

definida como o acontecimento do encontro concreto entre o homem e o mundo que o cerca. A paisagem é, nesse caso, antes de tudo, uma experiência paisagística ou, melhor dizendo, essa paisagem que se apresenta como experiência só remete, para o ser humano, a certa maneira de estar no mundo e ser atravessado por ele (BESSE, 2014, p.47)

No entanto, ainda que a inserção do Centro Cultural Banco do Brasil no centro da cidade represente um fator que lhe confira relevância no contexto cultural urbano, não há necessariamente uma integração dessas esferas, pois

Quanto mais espetacular for o uso da cultura nos processos de revitalização urbana, menor será a participação da população e da cultura popular nesses processos e vice-versa. Variações na proporção de espetacularização também podem ocorrer, ou seja, quanto mais passivo (menos participativo) for o espetáculo, mais a cidade se torna um cenário, e o cidadão um mero figurante. (VAZ; JACQUES, 2006, p.88)

Ademais, desde o período de sua inauguração, críticas e reportagens a respeito do Centro Cultural Banco do Brasil apontam frequentemente que o espectador é transportado para um ambiente de aura quase mística pela organização das exposições e da própria forma como o ambiente que a comporta se configura, provocando nela a sensação de estar fora da cidade, fora do próprio contexto, ainda que fisicamente presente no centro do Rio de Janeiro.

Dentre as muitas reportagens sobre o CCBB do Rio de Janeiro, a da revista Programa, do Jornal do Brasil, capa da edição da primeira semana de fevereiro de 1991, replica em títulos o apelo do novo ponto de referência da cidade para o imaginário popular, qual seja o de que “o CCBB oferece ao carioca um padrão de Primeiro Mundo, com entrada franca”. A partir do slogan de Pereira Passos para a abertura da Avenida Central – “O Rio civiliza-se” – a reportagem enaltece o sucesso do estabelecimento desde a sua inauguração em 1989, com depoimentos de visitantes a destacar um ambiente “que nem parece o Brasil”, fotos sobre a arquitetura de “ar europeu” e as vantagens de visitar um espaço de entretenimento de alto nível, “como se fosse em Paris”. (VIEIRA, 2006, p.109)

Esse fascínio gerado induz o público a deslocar-se de forma subjetiva, devido à estrutura expográfica apresentada, ainda que objetivamente não haja grandes deslocamentos geográficos. Desse modo, a experiência do visitante se dá dentro de uma perspectiva limitante que, por vezes, coloca-o como mero receptor de histórias, culturas e arte que estão ligadas ao seu contexto cultural e à história de sua cidade, mas das quais ele não consegue se apropriar de forma mais completa.

Berenstein (2009) é categórica ao falar do processo de espetacularização urbana. Ela mostra que está cada vez mais explícito esse processo e sua crítica já se tornou recorrente no meio acadêmico, mesmo que, muitas vezes, com outros nomes: cidade-cenário, cidade-museu, cidade genérica, cidade-parque-temático, cidade-shopping. Em resumo: cidade-espetáculo. Esse processo de mercantilização espetacular das cidades, Berenstein o define como um pensamento hegemônico, único ou consensual. Ela atrela diferentes nomes para falar do mesmo processo, tais como: estetização, culturalização, patrimonialização, museificação, musealização, turistificação, gentrificação, privatização, disneylandização, shoppinização, cenografização, etc. Mas conclui que todos esses processos são indissociáveis das estratégias de marketing ou, mesmo, do que se chama branding (construção de marcas), que buscam construir uma nova imagem para as cidades contemporâneas. (ROLIM FILHO 2011, p.6-7)

Isso impede, por vezes, que haja uma verdadeira revitalização da região central da cidade a qual o Centro Cultural Banco do Brasil busca integrar-se, pois uma verdadeira revitalização pode ser entendida como a transformação do espaço agregada à uma apropriação popular de seu valor histórico e simbólico,

O que evidentemente não pode ser completamente planejado, predeterminado; mas pode ser estimulado, incentivado. A maior questão não está na requalificação em si do espaço físico - material, mas no tipo de uso e da apropriação que se faz dele e no tipo de frequentador que o desfruta; pois o uso público desse espaço urbano é um forte indicador do grau de sucesso (ou insucesso) do curso da revitalização. (...) A questão principal a ser considerada não está na concepção ou nos traçados dos projetos urbanos em si, mas nas diretrizes das políticas urbanas e culturais - que deveriam estar mais atentas e ligadas aos processos já existentes. (VAZ; JACQUES, 2006, p.89)

Durante o advento das descobertas do Cais do Valongo e do Cemitério dos Pretos novos (2017/2018), apresentou-se no CCBB a exposição *Ex África*¹², na qual tais acontecimentos foram brevemente citados em seu catálogo. Posteriormente, no ano de 2019, ocorreu a exposição objeto de estudo da presente pesquisa *Egito Antigo*:

¹² O catálogo desta e de outras exposições posteriormente citadas podem ser acessados em <[https://www.bb.com.br/pbb/pagina-inicial/sobre-nos/cultura/ccbb/catalogos-ccbb#/>](https://www.bb.com.br/pbb/pagina-inicial/sobre-nos/cultura/ccbb/catalogos-ccbb#/).

do cotidiano à eternidade, que também remetia a um povo africano, mas que nem mesmo no catálogo foram feitas ligações entre a temática da exposição e a herança africana tão viva e presente na cidade que a abrigou. Com tamanha vastidão de fatores históricos e de cultura material e imaterial, a exemplo da exposição anterior Arte da África, pouco se explorou a cultura local ainda que esta tenha sido mencionada como fator relevante na apresentação do catálogo da exposição - com exceção da participação dos artistas brasileiros Arjan Martins e Dalton Paula e da instalação do artista Ibrahim Mahama “Paraíso perdido não orientável” de que utilizou objetos da cidade em sua montagem¹³. Desse modo, através das exposições Arte da África, EX África, Egito Antigo do cotidiano à eternidade, entre outras, o CCBB faz uso da memória que está latente na cidade, sem de fato apropriar-se do que o seu entorno fornece, primando por artistas e obras que tragam mais repercussão para si do que para o local e o contexto em que está inserido.

Em suma, podemos observar alguns fatores em destaque na relação estabelecida entre o Centro Cultural do Banco do Brasil e o Centro da cidade do Rio de Janeiro. Em primeiro lugar, a presença geográfica do CCBB que se evidencia como ferramenta de propagação da marca e a presença simbólica deste enquanto integrante da paisagem que constitui a região central da cidade, em segundo lugar, o fascínio que este centro cultural gera em seu público deslocando-o de forma subjetiva devido à estrutura expográfica apresentada, ainda que objetivamente não haja grandes deslocamentos geográficos,

Iluminações específicas, recursos de arquitetura ambiental, presenças de objetos e documentos de raro alcance, fotografias, até mesmo música ambiental atraem o espectador de forma a envolvê-lo inteiramente no cenário. Ele se vê frequentemente arrebatado pela qualidade da mostra e tende a não discernir as obras; a forma da exposição em si é o que fica efetivamente retido na memória, a exposição por si só passa a instituir-se como uma obra autônoma (ZIELINSKY 2006 p.224)

¹³ Ibrahim Mahama usa a transformação de materiais para explorar temas como comodidade, migração, globalização e intercâmbio econômico. Com frequência, feitas em colaboração com outros artistas, suas instalações em larga escala utilizam materiais colhidos em ambientes urbanos, como sobras de madeira, retalhos de tecidos ou sacos de juta costurados e usados como cobertura sobre as estruturas arquitetônicas. Uma característica crítica da prática do artista é o processo por intermédio do qual ele obtém seus materiais, algo que normalmente envolve negociações e trocas. Além disso, a localização específica onde o trabalho é produzido, como uma antiga e redundante estação ou fábrica estatal, confere ressonância a ele, já que é por meio das exigências políticas do espaço e da evolução dos materiais de um contexto a outro que surge o significado final de suas obras. (Catálogo Ex África, p.166).

E, por fim, na conjunção dos fatores anteriormente citados, um esvaziamento do contexto local frente a tal instituição, pois a partir da prática frequente de exibir exposições vindas do exterior o CCBB fornece ao público narrativas construídas sobre outros contextos sociais, históricos e culturais que apesar de enriquecedores podem por vezes mitigar a cultura igualmente rica da cidade da qual o Centro Cultural do Banco do Brasil.

Portanto, no processo de revitalização da cidade do Rio de Janeiro, o Centro Cultural Banco do Brasil representa uma apropriação da história e do capital cultural do centro urbano, através de um acordo entre as esferas pública e privada. Nesse sentido, o Estado delega seu papel na construção de políticas públicas voltadas à cultura para o âmbito privado, garantindo de forma indireta o acesso à arte para a população por meio do Centro Cultural Banco do Brasil. Esse, por sua vez, agrega a curto e médio prazo valor simbólico à imagem do banco e, a longo prazo, lucro. Essa dinâmica baseia-se, sobretudo, nas megaexposições, prática e conceito nos quais nos aprofundaremos a seguir nesse trabalho.

2.1 Espetáculo em forma de Exposição: a megaexposição e a espetacularização da Arte

Na sociedade moderna as experiências cotidianas vivenciadas nos âmbitos comunitário e pessoal são frequentemente mediadas pelo espetáculo, na medida em que o consumo de bens e serviços, assim como as manifestações e instituições culturais são moldados em certa medida com base na grandiosidade e no fascínio gerado por suas formas de apresentação que visa a cooptação de um grande público, e conseqüentemente o lucro,

O consumo da cultura sem que haja tempo para uma criação efetiva acirrou-se ainda mais com o advento da sociedade de massa que não precisa de cultura, mas diversão, rapidamente consumida como os demais produtos – entretenimento para as horas mortas não despendidos em atividades produtivas – a diversão e o entretenimento tornaram-se a tônica dominante; a cultura tornou-se também produto de consumo; assim como muitos museus e seus acervos, compostos de grandes obras, entraram para o circuito de peregrinação de turistas e visitantes que para lá acorrem. É curioso como a conquista de número expressivo de visitantes que guiou a ação de museus e espaços expositivos foi alcançada, mesmo em países como o Brasil, com

sérias deficiências educacionais, o que coloca a questão da qualidade da visita, da apropriação do que é visto (OLIVEIRA, 2017, p.13)

Neste tempo reduzido dificilmente se torna possível uma fruição consistente das obras, mas, ao mesmo tempo o espectador do CCBB é transportado por meio da configuração expositiva para um ambiente de aura quase mística, tendo a sensação de estar fora da cidade, fora do próprio contexto, ainda que fisicamente presente no Centro do Rio de Janeiro. Desse modo, a experiência do visitante se dá dentro de uma perspectiva limitante que, por vezes, coloca-o como mero receptor de histórias, culturas e arte que estão ligadas ao seu contexto cultural e à história de sua cidade, mas das quais ele não consegue se apropriar de forma mais completa.

As megaexposições, também denominadas exposições blockbusters por alguns autores, iniciaram-se na Inglaterra nos anos de 1970 a partir de questionamentos acerca da configuração e da função social dos museus de então, expandindo-se para outras regiões da Europa nas décadas subsequentes, bem como para os Estados Unidos. Tais questionamentos geraram debates entre o poder público e a sociedade civil coincidindo com crises políticas e econômicas que produziram novos modelos de gestão e financiamento para as instituições de arte e cultura,

Liberar a imaginação do curador no megaevento foi a fórmula encontrada para reativar o "interesse pela arte" fora dos museus, nesta nova instituição apresentada como o próprio espetáculo artístico, animadora da nova vida urbana degradada, a megaexposição. (DUARTE, 2004 p.37)

A multiplicação dos museus e centros culturais durante as últimas décadas do século XX também surge como consequência da valorização da memória, tal valorização não só multiplica os locais que se dedicam a expor elementos da cultura e da arte como também transformam o enfoque das instituições já existentes. Se antes o foco se concentrava na preservação de reservas técnicas, na pesquisa e na exibição sacralizada de objetos de relevância artística e/ou histórica, a partir desse período as atenções se voltam ao público e a ações que propiciem um acesso mais democrático deste as exposições, o eixo e o discurso das instituições se deslocam dos objetos para o público, transformando os espaços expositivos em agentes sociais de mudança e não somente agente de conservação. Assim sendo as exposições saem do campo exclusivo da exibição para tornarem-se um canal de comunicação aumentando o interesse do público e consequentemente o fluxo deste para as instituições que abrigam tais exposições.

Neste contexto a inserção da iniciativa privada no patrocínio de ações culturais e/ou na criação de instituições que realizassem tais ações se tornou cada vez mais recorrente, como consequência o processo de aproximação entre obra, vida e educação desenvolvido por museus e demais espaços culturais foi reformulado em prol de uma sociedade de consumo a partir da década de 1980,

Não existe outra situação em que se veja com mais clareza o papel transformador que os museus passaram a desempenhar na década de 1980 do que na imensa popularidade das exposições "blockbuster". De acordo com Victoria Alexander, que estudou o impacto do financiamento público e corporativo nos museus de arte nos Estados Unidos, o efeito mais significativo da passagem do financiamento público para o corporativo é a nova ênfase nas exposições blockbuster. Essas exposições, propostas para atrair aos museus o maior número possível de pessoas, tornaram-se o padrão pelo qual se avalia seu sucesso ou fracasso. (WU, 2006, p.157)

Posteriormente na entrada do século XXI, a expansão deste modelo de mostra se estendeu pela América do sul, tendo Brasil e Argentina como fortes representantes desta forma de expor:

Após o "efeito Beaubourg," sobretudo nos anos 90, o meio de arte brasileiro assistiu à proliferação dos centros culturais e ao enquadramento dos museus como centros culturais em que, por conta da intensidade e da variedade de exposições temporárias, os acervos são mantidos nas reservas técnicas ou estão viajando. Sejam museus ou centros culturais, em sua maior parte, as instituições tornaram-se meras hospedeiras de exposições montadas por firmas ou produtores independentes, muitas vezes alhures, sobre artistas e temas variados, desvinculados de suas coleções ou campos de ação. De tal modo, que poucas instituições conseguem definir um caráter próprio com série de exposições temporárias que montam ou recebem. (CONDURU, 2004 p.33-34)

As megaexposições são um marco na inserção dos museus no processo de globalização. São alguns pressupostos das megaexposições, cenografia marcante, um sistema de rotina organizado voltado para ações de merchandising de produtos e apelo publicitário focado no grande público, periodicidade que coincide com momentos de forte circulação de pessoas pela cidade e a pretensão de proporcionar ao público em paralelo entretenimento e algum esclarecimento a respeito do tema exposto e o provimento de meios para promover através de patrocínios a imagem corporativa. Miorim classifica as megaexposições/blockbusters como:

exposições de arte temporárias, de curto período exposicional (geralmente de 2 a 5 meses); circulação por várias cidades e/ou países; curadoria centralizada com peças de alto valor cultural – seja pela peça em si ou pela

consagração social do artista; complexo, e custoso, modelo de produção – negociação para cessão das peças, contratação de empresas de seguro e transporte, montagem do espaço exposicional; empresas patrocinadoras que utilizam os materiais de divulgação da exposição como meios de visualização de suas marcas; maciça cobertura midiática e publicitária; alto número de visitantes.(MIORIM, 2019 p. 3-4)

É possível compreender que tais exposições atendem a demandas da contemporaneidade, como dinamicidade, ludicidade, introdução de novas mídias, aplicação de tecnologia para criação de ambientes interativos, mecanismos sensoriais e exaltação da experiência visual. Justamente por fazerem uso de tais recursos, essas exposições de proporções macro tendem a gerar mais contemplação do que reflexão, pois apelam aos sentidos numa perspectiva de espetáculo e deslumbramento, que impressiona e marca, sem, no entanto, promover aprofundamento dos temas propostos, abrem-se, assim, espaços para discursos rasos e superficiais travestidos de temáticas atuais e relevantes, que apresentam questões contemporâneas que poderiam ser largamente discutidas, mas ficam delegadas a segundo plano em relação ao entretenimento e ao espetáculo.

Esse efeito é causado, inclusive, pelo tempo disponível para a apreciação de cada obra, ditado pelo ritmo mais acelerado que constitui essas aclamadas exposições, devido ao grande número de visitantes que atrai. No entanto, se o aspecto quantitativo ganha maior visibilidade nesse tipo de mostra, o conteúdo tende a se tornar menos relevante do que a forma como é apresentado, na medida em que se celebram números, porém

A eficácia das exposições não pode ser medida apenas pelo "maior"- o maior isso, a maior aquilo- nem pelas regras dominantes do marketing, cujo maior interesse é o rendimento na mídia. Se é certo que as exposições são muitas vezes lugares de sacralização, cabe perguntar: do quê? De obras de arte e de artistas ou de si mesmas e seus curadores, cenógrafos e patrocinadores? O que importa discutir é se a exposição cumpre seu objetivo de propiciar a experiência estética renovada a uma audiência ampliada e irrestrita. (CONDURU, 2004 p.35)

A monumentalidade apresentada por esse tipo de exposição tem o poder de conferir à instituição uma aura de maravilhamento, não pelas obras em si, mas sim pela estética de sua apresentação permeada pela euforia gerada pela possibilidade de experimentar obras cada vez mais circundadas de uma interatividade que toca múltiplos sentidos. A recorrência do uso de itinerância desse tipo de mostra também corrobora seu papel como ferramenta de marketing cultural na medida em que, além

de mobilizar capital em diferentes instâncias, também serve de estratégia de divulgação.

Além disso, não é raro que nesse tipo de exposição haja mudanças na apresentação, mas repetição ou superficialidade no que diz respeito ao conteúdo. Observa-se que, mesmo com modificações nas formas de montagem, diversificação da linguagem e introdução de novas tecnologias, existe uma permanência de discurso, uma manutenção de conceitos e temas já utilizados anteriormente, mas que agora se mostram sob uma nova roupagem. Isso acontece no intuito de garantir o sucesso diante do público e da crítica, salvaguardando, assim, a imagem institucional por meio de um investimento seguro, já que

(...) uma exposição com alto orçamento viabilizada através de investimentos privados associados ao marketing, deverá responder com números expressivos em termos de público. Neste contexto, a opção pela lógica do entretenimento, pela sedução através do oferecimento de um “produto satisfação” – isto é, uma exposição convencional, que apenas reforçaria os parâmetros de gosto já cristalizados, porém com uma roupagem visual ou um discurso pretensamente contemporâneo segundo os parâmetros da indústria cultural – pode ser a opção mais fácil e o caminho mais rápido para um tipo de sucesso (CARVALHO, 2012, p.50)

Portanto, pode-se entender que empresas originárias da iniciativa privada investem capital financeiro no campo da cultura para agregar valor à sua imagem por meio de estratégias do marketing cultural que se apropriam do capital simbólico. Ao incorporar o nome do agente financiador ao título do evento promovido, ou anexá-lo ao próprio nome da instituição patrocinada, como no caso do Centro Cultural Banco do Brasil, há uma amálgama entre as identidades institucionais que garante um amplo cenário de divulgação, que beneficia sobretudo o patrocinador, na medida em que para as empresas patrocinadoras concederem seu nome assegura uma exposição permanente da marca corporativa.

Ao se apropriarem de espaços de disseminação da cultura e da arte, ou ao criarem seus próprios locais de divulgação das mesmas, as empresas modificam de forma expressiva as configurações e modos de atuar destas instituições, bem como nossa percepção a respeito delas e do que apresentam, pois

O lugar onde determinada obra é exposta impregna e marca esta mesma obra, direta ou indiretamente, seja ela feita consciente ou inconscientemente para o Museu. O resultado é que toda obra apresentada neste quadro age na ilusão de um "em si" ou de um idealismo (que poderíamos aproximar a arte pela arte) e que a protege de toda possibilidade de ruptura (...) A não -

visibilidade ou não - denominação/ revelação dos suportes de uma dada obra (chassi, lugar onde se encontra, sua base, seu verso, seu preço, etc.) não representa um desinteresse ou falta de intenção "natural", como queriam que acreditássemos, mas configuram uma máscara interessada e significativa, uma camuflagem conscientemente mantida e preservada com todas as forças e meios que dispõe a ideologia burguesa, leia-se a transformação " da realidade do mundo em imagem do mundo, e da História em Natureza."(BUREN, 2001 p.61)

Mesmo considerando a fragilidade e a insuficiência das políticas públicas voltadas à cultura e às artes, elas ao menos constituem-se como um espaço aberto à discussão e crítica coletivas. Neste sentido, cabe-nos a pergunta até que ponto a inserção da iniciativa privada nos campos da cultura e da arte respeita e promove tais instâncias como direito individual e coletivo.

A associação cada vez mais frequente de capital financeiro a esse capital gerado pela cultura e pelas artes aponta a relevância destas e a permanência de seus valores específicos, mesmo em meio a uma sociedade regida por valores mercadológicos, pois

Apesar de toda a força que creditamos ao mercado na atualidade, o valor atribuído a qualquer produção artística ainda passa pela validação simbólica do meio. O mercado e seus agentes estão cientes de que dependem das instâncias de validação simbólica para atingir valoração financeira e que extrapolar o seu poder relativo de ditar os andamentos do sistema pode ser exatamente aquilo que lhe tira a legitimidade de seguir atuando a partir de posição tão privilegiada na atualidade. (FETTER, 2017, p.412)

Nessa perspectiva, cabem as indagações: até que ponto a lógica de consumo de arte como mercadoria produzida em larga escala e/ou padrões de grandiosidade gera apagamentos e/ou simplificações de importantes questões do tempo presente ofuscadas pelas luzes do espetáculo? Há validade na experiência pessoal que perpassada por essa formatação de exposição voltada ao mercado?

Toda esta estrutura leva ao fascínio e deslumbramento, porém, tal estrutura espetacular leva o visitante somente à visualização dos objetos ou a de fato observá-los de forma crítica? Nessa lógica espetacular em cada seção são apresentadas narrativas construídas para serem consumidas e não para serem analisadas, visto que o próprio tempo de visitação   curto devido ao grande fluxo de visitantes que são atraídos por esses grandes eventos.

Uma questão pertinente seria, afinal, se a afluência a esses espaços consagrados significaria uma experiência significativa para os sujeitos, potencializaria as apropria es necessárias para que tivessem significado

efetivo, ou constituir-se-ia em consumo puro e simples que pouco acrescenta às existências já tão bombardeadas por imagens e informações diariamente(...) A experiência ocorre quando podemos subjetivá-la. A visita a museus e centros culturais superlotados, em que o ritmo da visitação é dado pela multidão presente permitiria a efetuação da experiência, o tempo necessário para que a potencialidade da arte e da cultura se consubstancie, para que a vida sem finalidades abra espaço? (OLIVEIRA, 2017, p.14-15)

A produção de uma cultura que se volta para as massas orienta-se por uma lógica ritmada pela indústria cultural que visa o lucro direto e indireto, por meio de eventos culturais e objetos que terminam por configurar-se em uma forma de controle dos espaços e do tempo de lazer dos indivíduos, gerando certa passividade do público diante da visão de patrocinadores, produtores e curadores promovendo deste modo certo empobrecimento das experiências dos sujeitos em seus contatos com um sistema tão rico quanto a arte.

As megaexposições/exposições blockbuster, tem por base a espetacularização da arte. Esses megaeventos também podem ser compreendidos como mostras que, no conjunto de seus projetos, buscam desenvolver um forte apelo publicitário e uma estética marcante voltadas às grandes massas.

Mesmo que se alegue que tais exposições são abertas para o público em geral, como se houvesse uma homogeneidade entre as pessoas que frequentam esses eventos, na prática, as desigualdades socioeconômicas criam distinções na forma como determinados grupos acessam e se apropriam da arte.

Existe uma diferença entre apropriar-se da arte e consumi-la, quanto maior o nível de compreensão gerado pela exposição maior será a absorção de seus conteúdos a nível crítico e reflexivo, bem como será maior também o número de associações de conteúdos pessoais com o conteúdo da mostra. A afirmação da tradição do Centro Cultural Banco do Brasil no patrocínio das artes em benefício público, como indicado no catálogo, release e nos demais materiais e plataformas de promoção e divulgação da exposição Egito Antigo: do cotidiano à eternidade, mais tem a ver com a criação de uma imagem filantrópica para empresa do que com a difusão democrática da arte. Em outras palavras, ainda que de fato haja benefício público, esse não é o foco das ações financiadas. Há uma promoção de venda quando existe ligação entre a empresa patrocinadora e o tema da mostra, bem como a construção de uma imagem intelectualizada da empresa que se anuncia por meio de seu envolvimento com as artes.

Os grandes eventos promovidos têm como carro chefe uma cenografia impactante, composta por iluminação, sonorização e coloração que visam intensificar a sensação de imersão do público, pois quanto maior for a repercussão para ele, maior será a eficácia da difusão da marca. Todo este aparato cenográfico influencia diretamente no modo como o visitante percebe a exposição, visto que tal percepção está associada à disposição e à proporção dos elementos. A separação entre o mundo existente no interior do espaço da mostra e o mundo exterior que a circunda ocorre por meio da implantação de um cenário que traduz os conceitos idealizados pela curadoria, os quais abrangem desde as cores até os suportes de textos e objetos, reconstituindo, assim, espaços históricos através de uma narrativa pré-definida dentro desse ambiente. Essa reconstituição se dá por meio da cenografia.

Parte-se do princípio de que qualquer acervo possa ser exibido, qualquer história pode ser contada através de uma exposição, levando-se em conta que será proposta aquela que melhor se adequar às intenções do curador e considerados os condicionantes do projeto, assim como os seus recursos necessários e disponíveis. Uma maior ou menor interferência no espaço, a presença ou não de elementos gráficos, o uso ou não de equipamentos tecnológicos e interativos, a presença ou não de mobiliário específico, são muitas as decisões requeridas no trabalho dos espaços e definição dos elementos que comporão tal narrativa dos conteúdos em uma exposição. (...) Neste sentido, a cenografia participa com tamanha relevância que a torna tão protagonista quanto o próprio conteúdo exposto. (OLIVEIRA, 2022, p.9)

Ainda que haja semelhanças, é importante reconhecer as diferenças entre imagem e cenografia. Enquanto a imagem consiste na reprodução ou interpretação de um objeto real, representando-o, a cenografia materializa de forma tridimensional o objeto; a imagem reflete, já a cenografia traz materialidade, pois se projeta em três dimensões no espaço físico. Nesse sentido, as construções cenográficas aprofundam as experiências causadas pelas imagens. Também é relevante observar que Expografia e Cenografia não são a mesma coisa, pois Expografia é a linguagem escolhida para a exposição e se exprime por meio das cores, iluminação e suportes interativos. Ela é composta pela própria cenografia, já que essa cria oportunidades de se aliar o olhar ao movimento, ao toque, à audição, ao olfato, transformando a experiência do receptor em uma experiência multissensorial, que amplia as possibilidades de apreensão tanto dos conteúdos quanto das estratégias de marketing cultural oportunizados por eles.

A cenografia, antes utilizada de maneira mais restrita ao campo das artes cênicas, foi agregada à expografia dos espaços expositivos a partir do século XX.

Sendo assim, é possível compreender que a espetacularização de espaços expositivos está diretamente ligada à inserção da cenografia no campo das artes visuais, visto que essa foi a principal ferramenta utilizada para a criação dos chamados novos museus a partir da década de 1970, na qual o espetáculo passou a ser a linguagem utilizada para apresentar exposições de arte às grandes massas, segundo Marcondes (1998), cenografia constitui-se no “conjunto de elementos arquitetônicos, paisagísticos, decorativos e outros que se colocam em uma obra de arte de maneira que se produza o efeito de um determinado ambiente.” (MARCONDES, 1998, p.59)

O termo cenografia vem do grego – Skènè-grapheins –, sendo traduzido de forma literal como "desenho da cena". A cenografia voltada para as exposições é um recurso construído no espaço expositivo que visa proporcionar aos visitantes uma vivência sensível do tema da mostra por meio de imagens, cores e percursos, instigando a criação de um espaço imaginário para o espectador na medida em que afeta os sentidos. Aplicado a megaexposições, esse “desenho” visa infundir uma ambientação e uma linguagem que favoreça a abstração do público.

A cenografia cria para o receptor as estratégias que funcionam como chaves da exposição, pelas quais são possíveis a experiência estética e a apreensão dos conteúdos. Assim, passa-se a criar verdadeiros cenários para se contextualizar a obra exibida. Usam-se cores, texturas e luzes teatrais nas montagens de ambiências dramatizadas. Os conteúdos museográficos são exibidos, como nas instalações plásticas, com o uso de uma cenografia dramatizada. Dessa forma, o receptor é envolvido em vivências e interpretações como num grande teatro. A cenografia dramatizada ingressa o visitante num universo ficcional, podendo divertir lúdica e prazerosamente, ironizar, questionar ou surpreender. (ROLIM FILHO, 2011, p.4)

O projeto cenográfico da exposição *Egito Antigo: do cotidiano à eternidade* utiliza uma organização espacial tridimensional, despertando sensações que são possibilitadas pela atmosfera e pelos ritmos ditados pelos efeitos sonoros e luminosos, assim como pela estruturação ambiental e organização visual, criando cenários virtuais ou fictícios. É possível citar, como exemplo, a reprodução da tumba de Nefertari¹⁴, os sarcófagos que projetam em si a imagem do visitante e a impactante

¹⁴ A exposição *Egito Antigo: do cotidiano à eternidade* apresenta uma sala dedicada a uma réplica da tumba da mais emblemática das esposas de Ramsés II, a rainha Nefertari. Localizada originalmente no Vale das Rainhas em Luxor e descoberta pelo arqueólogo italiano Ernesto Schiaparelli (1904), responsável pela aquisição de outras peças que integram o Museo Egizio, do qual provêm as peças da exposição, a tumba possui uma riqueza de cores e detalhes em suas pinturas que retratam as crenças espirituais e os rituais religiosos, diversos deuses do panteão egípcio junto à rainha, bem como práticas cotidianas carregadas de simbolismos, como a cena que retrata Nefertari em uma partida do jogo egípcio de tabuleiro Senet. Tal conjunto imagético serve como uma das fontes mais

pirâmide de 6 metros situada no *hall* de entrada do centro cultural, a qual sinaliza um deslocamento, ainda que sensorial e simbólico, que busca convencer: "você chegou ao Egito Antigo".

Toda esta busca por grandiosidade e este apelo sensorial se fazem presentes desde a concepção da exposição Egito Antigo: do cotidiano à eternidade, como se pode perceber na entrevista concedida por Pieter Tjabbes¹⁵, diretor da produtora cultural Art Unlimited e curador dessa mostra. Ao ser perguntado sobre as motivações que levaram à escolha do tema, Pieter Tjabbes, em primeiro lugar, ressaltou a tradição e a recorrência das produções de grandes exposições por parte de sua empresa, citando posteriormente a pertinência do tema. Outro ponto interessante na fala do curador é que ele cita o fascínio e os mistérios do Egito Antigo como fatores que geram a atração das pessoas ao tema, mencionando também a influência da indústria cinematográfica na construção da posição de evidência do Egito Antigo no imaginário popular, como pode ser observado no trecho a seguir:

Há mais de 20 anos que a nossa empresa Art Unlimited produz exposições grandes para diversas instituições, como o MON Curitiba, Pinacoteca e principalmente o Centro Cultural Banco do Brasil. Procuramos assuntos pertinentes, e sobre artistas ou movimentos de arte que não tiveram uma exposição pertinente ou recente. Egito Antigo sempre fascinou as pessoas, e no Brasil não é diferente. Pode ser a influência dos filmes de Hollywood, podem ser os mistérios. (SILVA & TJABBES, 2022a, s./p.)

O curador ainda ressalta o uso de réplicas em grandes proporções que aprofundam ainda mais a imersão dos espectadores, visando, pelo sensorial e simbólico, “transportar” os visitantes ao Egito e sua cultura:

também utilizamos réplicas para que o público que nunca visitou Egito consiga mergulhar naquela cultura: réplica da tumba de Nefertari e uma pirâmide cenográfica, medindo seis metros de altura. (SILVA & TJABBES, 2022a, s./p.)

Quando questionado sobre o que diferencia esta mostra das demais realizadas para o Centro Cultural Banco do Brasil pela Art Unlimited, empresa que

completas e conservadas para se estudar a pintura egípcia. Por este motivo, na mostra *Egito Antigo: do cotidiano à eternidade*, sua réplica encontra-se na sessão dedicada à eternidade.

¹⁵ A autora entrevistou o curador Pieter Tjabbes por e-mail, no dia 20/08/2022. Esse material inédito será referido como: SILVA & TJABBES, 2022a, s./p. A partir de suas respostas, a autora enviou a ele mais duas perguntas cujas respostas serão referidas como SILVA & TJABBES, 2022b, s./p. As versões integrais das entrevistas encontram-se junto aos anexos do presente trabalho.

dirige, o curador foi enfático ao afirmar que existe uma fórmula, um *modus operandi* que sempre é seguido, ainda que se trate de exposições distintas.

A nossa fórmula é sempre a mesma: procurar conjuntos de obras significativas, mostrar apenas material da mais alta qualidade e incluir uma cenografia impactante e a interatividade para envolver os visitantes, que muitas vezes não tem um conhecimento da história da arte. (SILVA & TJABBES, 2022a, s./p.)

A fórmula citada acima se enquadra nos moldes de megaexposição na medida em que tem como pontos chave uma cenografia que causa impacto e uma atmosfera interativa que tem como foco o envolvimento daqueles que visitam a exposição. Essa segue um princípio de organização que combina obras, visando uma abordagem didática, tocando a sensibilidade do visitante, envolvendo-o em uma experiência mais totalizadora que busca reconstituir de forma quase arqueológica o tema abordado.

O curador ressaltou, ainda, que, além das questões que se referem à conservação e à estética, a qualidade das peças que compuseram a exibição se refere à sua importância para a construção do discurso no qual se baseia a exposição, citando novamente a pertinência, além de pontuar a mostra como uma exposição de iniciação, sendo a primeira itinerante sobre o tema a circular no território brasileiro. No que tange aos conceitos que permearam a construção da exposição, bem como a organização de seus núcleos, Pieter Tjabbes respondeu da seguinte maneira:

A escolha dos 3 núcleos da exposição (cotidiano, religião e eternidade) foi movida pelo desejo de ser o mais didático possível, porque a grande maioria dos visitantes não tinha conhecimento sobre a cultura egípcia. Em geral, as pessoas conhecem a imagem da pirâmide, da múmia e talvez da figura do faraó, muitas vezes através dos filmes de Hollywood sobre mortos, espíritos e terror. Por isto, queríamos mostrar mais sobre o dia a dia dos egípcios, ressaltando que apreciavam a vida, tanto que quiseram perpetuar da forma mais completa depois da passagem. (SILVA & TJABBES, 2022b, s./p)

Nesse sentido, o ambiente construído é tão importante quanto as peças expostas, pois incentiva e direciona a leitura das obras em uma determinada direção, criando um efeito de apelo constante aos sentidos como acontece nessa mostra, não existe neutralidade em nenhuma cenografia de exposição. Mesmo o chamado cubo branco¹⁶ interfere na percepção do observador. Todas as escolhas de cenário são

¹⁶ De maneira geral o cubo branco pode ser definido como um espaço neutro, uma "tábua rasa" onde o foco é direcionado somente as obras expostas sem nenhum outro tipo de artifício, no entanto nos últimos anos essa neutralidade vem sendo questionada na medida em que galerias e museus dentre

opções estéticas que servem como suporte para a exibição material e/ou simbólica do discurso que se deseja produzir ou reproduzir.

Este tipo de construção narrativa fica clara também no catálogo¹⁷ da exposição aqui analisada, que também representa parte importante do discurso apresentado, pois:

As opções adotadas na edição de textos, imagens e no design gráfico do catálogo não devem ser reduzidas ao estatuto de mero registro da exposição. Descrever envolve selecionar e definir, e estes procedimentos, como sabemos, constituem um trabalho de interpretação. (CARVALHO, 2012, p.54)

As três primeiras páginas do catálogo apresentam as informações básicas acerca da exposição, origem, número de peças e relevância de forma repetitiva, incluindo como novidade a cada página apenas informações a respeito do banco e seus parceiros e como estes têm contribuído nos últimos anos para o crescimento do setor artístico-cultural do país por seus financiamentos. Quando corporações como Banco do Brasil patrocinam instituições artísticas, centros culturais etc. buscam apresentar um sistema de valores humanistas guarnecendo seus interesses privados com um verniz moral que se pretende universal apresentando sua presença e intervenção no campo das artes com uma causa nobre e grandiosa, expressões como “protagonismo”, “valor”, “apoio”, “democratização” e “ampliação do acesso à cultura” são recorrentes e contribuem para engendrar no pensamento do público a visão de que a uma série de exposições Blockbuster reservadas pelos museus e centros culturais que só se tornam possíveis graças ao benevolente custeio de empresas como as que compõem o grupo BB acima citado.

Com Egito Antigo: do cotidiano à eternidade o CCBB explora a temática do legado de civilizações e culturas milenares, como já fez nas mostras Arte da África (2004), Antes – Histórias da Pré-história (2005), Por Ti América (2006), Lusa – A Matriz Portuguesa (2008) e ÍNDIA! (2011-2012). Ao celebrar três décadas de investimento no poder transformador da cultura, o Banco do Brasil reafirma seu protagonismo na democratização do acesso à arte e na formação de público, por meio de uma programação plural, regular, acessível e de qualidade. (MARINI, TJABBES, 2019, p.2)

outros espaços expositivos que não são espaços isentos se utilizaram deste formato expográfico, impondo de forma implícita ou explícita uma áurea que exigia "posturas adequadas" que beiravam a sacralização do espaço e suas obras por parte do público, tal prática por si só já enfraquece o discurso de neutralidade.

¹⁷ O catálogo desta exposição pode ser acessado em <[https://www.bb.com.br/pbb/pagina-inicial/sobre-nos/cultura/ccbb/catalogos-ccbb#/>](https://www.bb.com.br/pbb/pagina-inicial/sobre-nos/cultura/ccbb/catalogos-ccbb#/).

Além disso, ainda que anteriormente vigorassem políticas públicas de financiamento direto a cultura e na atualidade subsídios e políticas de financiamento indireto como as leis de incentivo fiscal, os créditos pela difusão e expansão das artes são absorvidos pelo patrocinador privado, bem como a apresentação das possíveis direções que as artes tomarão no futuro.

O mesmo discurso se repete na apresentação do site da empresa Art Unlimited, responsável pela produção da exposição *Egito Antigo: do cotidiano à eternidade*. Fica evidenciado o uso da arte como ferramenta agregadora de capital cultural, capital este que se reverte em retorno financeiro e visibilidade para as marcas, sobretudo quando os projetos propostos têm o foco em grandes obras e artistas, que atraem público extenso e repercutem na mídia,

Entendemos que a arte é uma ferramenta eficiente na comunicação, com alta repercussão na mídia e grande poder na abertura de novos diálogos. A arte oferece forte ligação emocional e sensorial com o público-alvo. Nossas ações customizadas buscam otimizar e ampliar os investimentos de nossos parceiros e patrocinadores atuando no fortalecimento de suas marcas. (...) O resultado das experiências exclusivas e criadas sob medida pelas equipes multidisciplinares se reflete no reconhecimento da crítica especializada, na credibilidade junto às instituições culturais, no relacionamento estreito com os artistas mais renomados, na fidelização dos clientes e parceiros e na repercussão midiática que alcança altos retornos para os patrocinadores.¹⁸

A propagação de exposições etnográficas focadas em objetos da cultura material, história, tecnologia, cinema, animações ou ciências naturais, temáticas frequentemente abordadas nas exposições do CCBB ampliam as possibilidades de aproximação entre público e exposição, na medida em que estes tipos de mostra despertam o interesse por sua ampla divulgação midiática além do fato de oportunizarem o contato direto do grande público com objetos originais.

Neste sentido, podemos compreender que a produção de uma cultura que se volta para as massas orienta-se por uma lógica ritmada pela indústria cultural que visa o lucro direto e indireto, por meio de eventos culturais e objetos que terminam por configurar-se em uma forma de controle dos espaços e do tempo de lazer dos indivíduos, gerando certa passividade do público diante da visão de patrocinadores, produtores e curadores promovendo deste modo certo empobrecimento das experiências dos sujeitos em seus contatos com um sistema tão rico quanto a arte. Nessa perspectiva, cabem as indagações: até que ponto a lógica de consumo de arte

¹⁸ O texto integral pode ser acessado em <<https://artunlimited.com.br/>>

como mercadoria produzida em larga escala e/ou padrões de grandiosidade gera apagamentos e/ou simplificações de importantes questões do tempo presente ofuscadas pelas luzes do espetáculo? Há validade na experiência pessoal que perpassada por essa formatação de exposição voltada ao mercado?

A seguir, nos aprofundaremos nas contribuições da arte egípcia para a História da Arte, bem como analisaremos a configuração da exposição Egito antigo do cotidiano à eternidade buscando entender o fascínio gerado por esta.

2.2 Egito Antigo: do cotidiano à eternidade, uma perspectiva em cores e simbologias

Num mundo onde viver significa mudar a cada instante e criar é apenas mais um verbo para designar mudança, não podemos deixar de ficar fascinados com a durabilidade alcançada pela arte egípcia. Através dela somos transportados para um tempo onde o homem vivia os ritmos da Terra e não procurava, desesperadamente, realizar a sua obra no menor espaço de tempo possível. (Sílvia Fernandes)

Ao final do período Neolítico, inicia-se a formação da arte egípcia caracterizada por sua originalidade, sobretudo a partir da unificação do Alto e do baixo Egito por Menés (ou Narmer), em 3.200 a.C., dando início ao chamado Império Faraônico. Já por volta de 2.800 a.C., inaugura-se o chamado Antigo Império marcado pela construção da primeira pirâmide de degraus (construída por Imotep em Sacará), pelo conjunto de pirâmides de Gizé e o complexo escultórico de Miquerinos. Tais construções revelam, através de um realismo formal, conteúdos simbólicos e ritualísticos presentes ao longo de toda história da Arte Egípcia. A interpretação da simbologia egípcia contida em sua escrita e produções imagéticas não é uma tarefa simples de ser realizada, pois na cultura egípcia os símbolos eram utilizados tanto para representar e revelar aspectos da realidade, quanto para esconder já que havia uma distinção social e hierárquica (nota sobre os escribas) que limitava o número dos capacitados a compreender tais conjuntos de simbólicos, além disso, a simbologia egípcia apresentava um caráter ambivalente, o que permitia que um mesmo símbolo possuísse múltiplos significados e interpretações. Outro fator relevante na arte egípcia

que podemos destacar é a localização geográfica¹⁹, esta também possuía peso simbólico e determinava os locais para as construções dos templos, bem como a posição e os temas de pinturas e baixos relevos no interior destes.

No Médio Império os avanços técnicos e as representações simbólicas desenvolvidas nos períodos anteriores mantiveram-se sem grandes inovações. O período correspondente ao Novo Império é marcado pela busca cada vez maior do realismo escultórico, pela construção de complexos arquitetônicos de grandes proporções (promovidas por Seti I e Ramsés II), mas, sobretudo, por certa liberdade criativa em relação aos cânones, gerada principalmente pelas novas concepções religiosas difundidas por Amenófis IV²⁰ durante seu reinado, segundo Pedrosa:

A apreensão de um novo colorido. A relativa liberdade de criação artística em relação aos cânones sacerdotais, estimulada pelas novas concepções religiosas, quase monoteístas, de Amenófis IV, continua a gerar, cada vez mais, novos frutos. Favorecida por esse clima, desenvolve-se, lentamente, a Arte do olhar, buscando ver a realidade. Com ela, surgem os notáveis coloristas do Novo Império. E, com eles, todo um universo de sutilezas começa a povoar os ateliês- misto de oficinas artesanais e canteiros de obras. (PEDROSA, 2022, p. 46)

O uso da cor conquista autonomia dando nova relevância para a pintura do período, que se faz presente em esculturas, murais, móveis, baixos-relevos dentre outros. Os egípcios entendiam a cor como propriedade inata dos objetos, a própria

¹⁹ Na cidade de Abidos por exemplo, o deus Osíris era amplamente cultuado pois acreditava-se que lá se encontrava seu túmulo, assim nesta cidade haviam diversos templos dedicados ao deus, o posicionamento das pinturas dentro dos templos também levava em consideração a localização geográfica, enquanto as paredes ao norte dos templos apresentam símbolos e cores que remetem ao Baixo Egito como o papiro, a coroa vermelha do Faraó e o símbolo da deusa Uadjit, ao sul dos templos são retratados o faraó com a coroa branca, o símbolo da deusa Nekbet e a flor de lótus associados ao Alto Egito. A jornada de Rá também era representada levando em consideração a localização, além disso havia uma relação com o tempo na medida em que o sol ao qual Rá personificava surgia no oriente, e se punha ao anoitecer no ocidente representando sua luta contra a serpente Apófis para manter o Maat ("equilíbrio").

²⁰ Faraó da XVIII dinastia Amenófis (autointitulado Akhenaton), rejeitou o culto politeísta e instituiu a adoração a um só deus supremo Aton, deslocando sua corte para Tell-el-Amarna, longe do alcance dos demais sacerdotes. A arte menos rígida produzida durante seu reinado ficou conhecida como Arte Armaniana. Tal arte contrariava os padrões estéticos estabelecidos nos cânones. As cenas retratadas nesta nova concepção de arte são mais naturais, portanto é possível observar uma postura menos rígida das figuras retratadas, e uma interação informal entre eles como no caso da Estela de Akhenaton e do espaldar do trono de Tutankhamon, seu sucessor. Diferente da concepção hierárquica dos antigos cânones artísticos que ditavam que figuras de posição elevada deveriam ser retratadas em proporção maior em relação as demais, nas representações imagéticas do período são retratadas imperfeições e traços menos viris em Amenófis, bem como uma igualdade entre o seu tamanho e o da figura de sua esposa. Tal prática perpetuou-se no reinado de seu sucessor Tutankhamon, como é possível perceber em algumas peças de sua tumba. A arte referente a Akhenaton foi "escondida" e só foi encontrada em escavações alemãs no ano de 1912. A falta de artefatos desse período se deve a uma tentativa de destruir o Ka do Faraó e de sua esposa hereges.

palavra IWN utilizada para designar cor, podia ser traduzida por "ser", "natureza", "carácter", além disso assim como ocorre com os símbolos, para os egípcios as cores representam múltiplos significados sendo por vezes até opostos, como no caso da cor preta que pode tanto representar a morte e a noite quanto a fertilidade, já que o limo que permite o plantio após a cheia anual do Nilo é negro, as cores utilizadas na arte egípcia não tinham por objetivo apenas reproduzir de forma realista as imagens, mas, também, carregavam em si referências simbólicas, sendo os pigmentos criados a partir de elementos extraídos da natureza que cultuavam. Os egípcios acreditavam que as cores possuíam atributos mágicos e que esses atributos eram transferidos delas para os objetos a partir da sua incorporação. A cor é um elemento sempre presente nos artefatos e obedece aos chamados cânones da arte egípcia, por meio de uma padronização de misturas que visavam reproduzir os mesmos tons, garantindo uniformidade aos trabalhos artísticos. Seis cores compunham a paleta da arte egípcia: branco, preto, vermelho, amarelo, verde e azul.

A pintura egípcia era feita a partir de uma base que se constituía de uma espécie de cola, na qual se agregavam os pigmentos – em sua maioria de origem mineral, por meio da arte egípcia surgem os primeiros pigmentos azuis e verdes, feitos a princípio com matéria-prima natural e posteriormente, a partir da IV dinastia feitos também de materiais sintéticos. Outra característica proporcionada pela cor que podemos destacar nas pinturas e relevos egípcios era a atribuição de tons e proporções diferentes a cada figura de acordo com seu sexo e posição social. Os protagonistas são sempre retratados em maiores proporções que as demais figuras em cena devido a seu destaque social e, de acordo com a convenção pictórica, a pele do homem sempre apresenta tons mais escuros do que a da mulher a fim de demonstrar a maior exposição do homem ao sol. Isso devido a sua função social que lhe permitia estar menos tempo no ambiente doméstico, o oposto do que ocorria com as mulheres. Na Estela de Mekimontu²¹, pode-se notar a diferenciação de tons de pele entre os dois homens e a mulher retratada. Nesse sentido, ainda que em alguns casos as figuras sejam semelhantes ou estejam desgastadas e/ou danificadas, é possível através da cor e da proporção observar o gênero e o status social das figuras que compõem a imagem, além das cores e proporções, o gestual e a postura das figuras

²¹ Uma das peças da mostra Egito Antigo do cotidiano à eternidade, analisada na presente pesquisa.

representadas indicava as posições hierárquicas e transmitia atos de invocação, submissão, dominação, proteção dentre outros, deste modo as imagens produzidas para preencher os templos, as tumbas e os objetos egípcios poderiam ser representações de eventos reais do cotidiano, míticas ou propagandísticas, buscando exaltar um deus, o Faraó ou o morto a quem pertencia a tumba, no desempenho de todas essas funções a arte egípcia visava aproximar a dimensão humana da dimensão divina.

Na arte egípcia não há ponto de fuga ou foco central. Esse princípio se aplica tanto à pintura quanto à escultura – que, inclusive, é denominada como "bidimensional", já que passa a impressão de se tratar de um objeto bidimensional, pois são esculturas pensadas para serem observadas em sua totalidade por um único ângulo. Os desenhos e esculturas eram feitos baseados nas malhas de quadrados proporcionais. Havia uma relação harmônica entre as proporções de cabeça, tronco e membros. Um tronco, por exemplo, possuía três vezes a medida da cabeça etc. Tais Cânones se aplicavam geralmente para os nomarcas²² de forma rígida, para os felas (camponeses) as regras eram mais flexíveis e podiam ser quebradas para retratar a vida cotidiana destes.

Além da pintura, escultura e desenho a própria escrita hieroglífica pode ser entendida como uma forma de arte, na medida em que na escrita hieroglífica são utilizadas imagens ao invés de símbolos que representem os sons como fazem as letras, são combinadas uma série de imagens que representam ideias (pictogramas) e algumas que representam os fonemas propriamente ditos. Ademais de 24 símbolos ligados aos sons, aproximadamente 700 símbolos gráficos representam ações e conceitos transformando assim palavras em imagens que geralmente eram desenhados com pincel em papiros, sarcófagos, móveis e paredes ou esculpidos e entalhados em madeira, pedra e metal.

Feitas estas breves considerações acerca da Arte egípcia e partindo das observações feitas durante as visitas à exposição *Egito antigo: do cotidiano à eternidade* – de forma presencial, bem como na modalidade virtual – e com base na análise do seu catálogo, selecionamos para estudo algumas peças de cada núcleo da

²² Forma como eram denominados os primeiros governantes dos nomos (aldeias que compunham o Egito ainda não unificado).

mostra a fim de explorar aspectos históricos e estéticos da arte egípcia. Faremos isso nas linhas a seguir.

A exposição *Egito antigo: do cotidiano à eternidade* obteve recorde de público na unidade carioca do Centro Cultural Banco do Brasil, recebendo mais de 1,4 milhão de visitantes. Sendo a exposição que atraiu o maior público na história do CCBB²³, a mostra também foi eleita a melhor exposição de 2020 pela Associação paulista de críticos de Artes na 64ª edição do prêmio²⁴.

Proveniente do Museu Egizio²⁵ (Turim, Itália), a mostra recebe 140 obras selecionadas de um acervo de aproximadamente 40 mil objetos, e tem como curadores Pieter Tjabbes e Paolo Mariani, grande parte das peças que a compõe são advindas de escavações do século XIX e princípio do século XX. Ela se divide em três seções distintas: vida cotidiana, religião e ritos funerários. Em cada uma dessas seções, as escolhas de cores e luzes estabelecem conexões simbólicas e representações que reforçam a transição dos ambientes e suas temáticas, que se alternam entre o amarelo, o verde e o azul a fim de reforçar os aspectos da cultura egípcia que cada área procura ressaltar.

A partir do salão principal, o visitante já é convidado a sair do centro urbano do Rio de Janeiro e adentrar a um ambiente mítico e misterioso que tem como porta de acesso um túnel escondido atrás de uma grande pirâmide emoldurada por uma superfície espelhada, onde é possível que o visitante tire fotos com uma grande estátua de Granodiorito de Ramessés II, com uma esfinge e com a própria pirâmide do *hall*. Dentro desta galeria posta na parte posterior da pirâmide, existem réplicas de sarcófagos e é possível sentir-se e ver-se como um Faraó através da instalação de um adereço semelhante aos que os faraós utilizavam onde é possível encaixar o rosto, por meio de recursos de computação auxiliados por uma ambientação feita através de luzes e sons, o espectador vê sua imagem projetada e associada a objetos das tumbas, ao invés da face de algum Faraó. Mais adiante, tem início a apresentação

²³ Segundo as informações de 2021 no site da BB seguros.

²⁴ Essas informações podem ser encontradas em <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2021-02/exposicao-egito-antigo-do-cotidiano-eternidadechega-brasilia>>.

²⁵ Fundado pelo rei da Sardenha Carlo Felice di Savoia, em 1824, o Museu Egizio possui a maior coleção egiptológica do mundo depois do Museu do Cairo. O acervo reúne peças adquiridas desde o século XVII pela casa de Savoia, além de outras descobertas pela missão arqueológica italiana (1900-1935) e peças das escavações do cônsul da França no Egito (1820-1829), Bernardino Doretta, obtidas por compra.

dos ambientes da mostra divididos por temas. Neles estão distribuídos objetos da exposição de acordo com sua função e significado na cultura egípcia.

No setor que corresponde à vida cotidiana, a iluminação intensa e a predominância do amarelo fazem referência ao sol, reverenciado e tão presente no dia a dia dos antigos egípcios. Essa cor, produzida na região, era obtida pela extração do óxido de ferro hidratado (limonite) e, além de simbolizar a cor da pele dos deuses, também representava o sol adorado e constante no cotidiano do Egito. Na antiguidade as jazidas de ocre do Egito representavam a principal fonte de matéria-prima para a produção dos pigmentos amarelos e vermelhos. Ao longo da história, produções artísticas de diferentes lugares e temporalidades utilizaram o amarelo para fazer alusão ao sagrado, ao divino e ao próprio sol assim como eles.

O primeiro objeto a ser observado neste ambiente trata-se de um fragmento de parede de calcário que apresenta uma cena agrícola. Este fragmento possui baixo relevo e pintura que representam a dinâmica da colheita do trigo. Na cena são retratadas sete pessoas: a esquerda, alguns camponeses vestidos com Shendyt²⁶, que passam e empilham os feixes de trigo, enquanto à direita há a representação de um capataz que fiscaliza o trabalho. Cenas de caça, pesca, plantio e colheita como a representada neste fragmento frequentemente compunham os conjuntos das imagens que ocupavam os túmulos, tendo como propósito o provimento do morto na vida eterna, já que, segundo a cultura egípcia, o retratado nas artes que adornavam as tumbas se projetava para o mundo espiritual.

Figura 1 - Fragmento de parede com cena agrícola V dinastia (2435-2305 a.C.) Calcário, 23,5 x 95,8 x 8,5 cm



Mênfis Adquirido por Ernesto Schiaparelli (1900-1901). Fonte: Museo Egizio, Turim, Itália

A segunda peça a ser examinada trata-se de uma caixa incrustada produzida durante a IV Dinastia (2543-2435 a.c.). A caixa apresenta em sua confecção um misto

²⁶ Saiotes plissados e curtos típicos do campesinato.

de técnicas e materiais. Sua tampa é composta por uma alternância entre madeira, marfim e faiança²⁷ esmaltada nas cores preto e azul. Por meio do uso da técnica de marchetaria²⁸, há o encaixe de lâminas dos diferentes materiais formando faixas com um padrão geométrico que é intercalado pelo desenho de colunas com capitéis em forma de flor de lótus. As laterais da caixa são adornadas com estratos de marfim nervurado e azulejos esmaltados de azul e preto. Já o interior é colorido de vermelho. Tal coloração indica que possivelmente a caixa destinava-se ao uso para rituais de apotropismo²⁹, relativos a afastar o mal, pois dentro da cultura egípcia essa cor ligava-se também a esse fim³⁰.

Figura 2 - Caixa incrustada IV Dinastia (2543-2435 a.C.) Madeira, marfim, faiança, 19 x 37,5 x 23 cm



Gebelein Escavações de Ernesto Schiaparelli (1914) Fonte : Museo Egizio, Turim, Itália

O segundo ambiente da exposição dedica-se a retratar a temática da religião, predominando a tonalidade verde e uma luminosidade rebaixada, neste ambiente, há

²⁷ Faiança é uma espécie de cerâmica produzida em baixa temperatura e menos rica em caulim do que a porcelana, porém mais plástica e resistente. Por apresentar uma porosidade maior que outros tipos de cerâmica, necessita passar por um processo de esmaltação.

²⁸ A técnica da Marchetaria praticada pelos egípcios consiste no encaixe através de incrustação de diversos materiais, tendo como suporte principal a madeira. As peças de marchetaria são confeccionadas a partir da colagem e junção de peças sem que haja a necessidade do uso de pregos. Usada na antiguidade, sobretudo para a decoração de objetos utilitários, atualmente a marchetaria se expandiu para além da função ornamental, passando a ser incorporada por alguns artistas contemporâneos em suas obras. Podemos citar como exemplo as produções de Sílvio Rabelo, que compuseram a exposição Reinvenções (MAUC 2019). A técnica também se faz presente nas obras do artista paraibano Fernando Valentim, além de exercer influência, mesmo que de maneira indireta, nas obras de novos artistas, como no caso de algumas produções do artista plástico Ramo para sua mostra Ramificar (MAR 2022).

²⁹ Conjunto de rituais que incluíam amuletos, pinturas, poções etc., voltados a afastar maus espíritos.

³⁰ Na cultura egípcia o vermelho remete as áreas desérticas e ao deus Seth, a raiva, morte e destruição, também é utilizada pelos escribas para escrever a palavra egípcia equivalente ao mal, mas pelo caráter dual da simbologia egípcia também possui conotação benéficas, de vida e regeneração. No caso da caixa analisada o vermelho que pode simbolizar o mal é usado para o serviço de afastá-lo ou contê-lo em seu interior a fim de que não se espalhe. A cor vermelha também era utilizada para realizar os esboços nas paredes das tumbas, como é possível notar em um baixo relevo incompleto do Faraó Horemheb (Último Faraó da XVIII dinastia).

o destaque aos temas recorrentes na prática religiosa e uma referência à atmosfera dos templos egípcios. Ainda que na iconografia do medievo por exemplo, a cor verde assumia significados negativos como a cor dos olhos de seres demoníacos, e a cor do veneno, no antigo Egito a cor era associada a Osíris, rei dos mortos, ao papiro, ao renascimento e à regeneração de ambos, que se dão no rio Nilo, tal cor representa, então, os ciclos vitais e o processo de renovação da vida. Na antiguidade, a cor verde, que predomina no núcleo da religião, era obtida por meio de um pigmento extraído da malaquita, mineral esverdeado comumente encontrado no Egito, ainda que no período que compreende a pré-história não haja indícios de pigmentos verdes nas produções imagéticas, na pintura egípcia logo após o advento da escrita, existem diversas produções onde a cor verde está presente, por meio de pigmentos naturais, sintéticos e pelo uso da técnica de sobreposição de camadas de pigmento amarelo e azul.

Desse núcleo alusivo à religião, selecionamos um recipiente denominado sítula, constituído de faiança e recoberto de tinta, um azul que remete ao lápis lazúli. O objeto está datado entre 1539-1292 a.c., sendo decorado em sua base por uma flor de lótus. A flor está associada à função do recipiente, uma vez que ele era usado para carregar o leite até o culto aos deuses ou em cortejos funerários. O leite, assim como a flor de lótus, representa na cultura egípcia regeneração e renascimento. A flor, em seu aspecto simbólico, perdura como objeto de produções artísticas, representando a dimensão representativa do feminino e do ressurgimento da vida³¹.

Figura 3 - Sítula XVIII Dinastia (1539-1292 a.C.)Faiança, tinta , 16,5 x 5 cm



Proveniência desconhecida Aquisição anterior a 1882Fonte: Museo Egizio, Turim, Itália

³¹ Como no caso da obra "Renascimento", de Eduardo Srur, exposta na mostra o "Lápis mais criativo do mundo", no Museu da Língua Portuguesa (Março/ Abril 2022), que consiste em uma flor de lótus de grandes proporções, construída com cerca de 30 mil lápis de cor sobre um piso de carvão, representando simbolicamente o recomeço da vida após a morte. Nesse caso, especificamente, uma referência ao incêndio que ocorreu no mesmo museu em 2015.

A segunda peça selecionada para análise nesta seção trata-se de uma estatueta votiva³² confeccionada em bronze no período tardio (722-332 a.c.). O bronze no Egito Antigo, por volta de 3.300 a.c., como consequência da fundição do cobre e do estanho, foi introduzido como matéria prima na fabricação de utensílios, ferramentas, entre outros objetos egípcios. A partir do período iniciado com a XXVI dinastia, verifica-se uma propagação da produção de estatuetas em bronze.

Utilizando a técnica da cera perdida³³, os escultores egípcios excluía os detalhes secundários buscando conservar a essência da figura retratada, concentrando-se em formas geométricas básicas a partir das quais singularizavam as feições com base em suas observações acerca do retratado.

A estatueta apresenta a figura do mestre de obras Imhotep. No Egito Antigo era prática recorrente a elevação de pessoas de destaque social ao status de deidades. A arte era também uma ferramenta para se preservar a existência da identidade do morto, estando a serviço da transmissão e materialização de crenças coletivas. Na maioria das circunstâncias, eram concebidas e executadas por um conjunto de artesãos. Não tendo autoria definida, a figura a ser retratada era mais importante do que a de quem a retratava; o que conferia valor a um objeto não era o artista que o produzia e, sim, quem era representado ou para quem havia sido feito tal objeto. Não havia nem termos para definir o ofício de artista. No entanto, ainda que não fosse atribuída autoria às obras, existia certo nível de importância e hierarquia entre os artesãos. segundo Pedrosa:

Sem que houvesse individualização de autoria nessas obras das XVIII e XIX dinastias, podiam-se reconhecer, pelas particularidades do desenho e da cor, os ateliês que as produziam, rompendo uma tradição que vinha desde o antigo império (...). Obedecendo ao gigantismo das empreitadas, a produção artística, desde o Antigo Império, foi essencialmente coletiva, o que não excluía uma nítida separação hierárquica entre arquitetos, artistas e artesãos (PEDROSA, 2022, p.47)

Tal distinção se nota na medida em que alguns deles se encontram enterrados junto a soberanos ou egípcios de destaque. Diante disso, pode-se compreender por que alguns artesãos e mestres de obras possuíam grande prestígio social e, em

³² Estatueta confeccionada como forma de pagar um voto ou promessa feita à divindade.

³³ Na antiguidade, os egípcios e outros povos produziam esculturas em bronze por meio da técnica de cera perdida. Essa técnica consiste em modelar a peça em cera e recobri-la com gesso, barro ou outro material refratário que suporte grandes temperaturas. Depois, é despejado metal em seu estado líquido, que derrete e substitui a cera reproduzindo em negativo todos os detalhes do molde.

alguns casos, como no de Imhotep, passavam a ser adorados. A própria existência de Ptha – deus dos artesãos – e seu culto em várias regiões do Egito indicam a importância dos que eternizavam corpos e almas com a arte. Supõem-se que Imhotep tenha projetado a pirâmide de degraus localizada em Saqqara durante o reinado do Faraó Djoser (III Dinastia), do qual foi vizir, destacando-se também nos campos da magia e medicina. Segundo a tradição, o famoso mestre de obras seria filho de Khreduankh com o próprio Ptha. As estátuas e estatuetas representavam o falecido e, portanto, serviam como alvo de rituais e encantamentos, além de serem um local onde o defunto, ou as forças divinas, no caso de estatuas votivas poderiam se manifestar.

Figura 4 - Estatueta em bronze de Imhotep Período Tardio (722-332 a.C.) Bronze, h: 9,4 cm



Proveniência desconhecida Aquisição anterior a 1888 Fonte: Museo Egizio, Turim, Itália

A última seção da mostra apresenta o paralelo que se estabelece entre vida e morte sob a perspectiva dos egípcios acerca da eternidade. Os ritos funerários são expostos sob uma luz tênue em uma atmosfera na qual predomina o azul, que se refere à deusa do céu noturno, Nut, e à pedra lápis-lazúli³⁴, temas muito presentes nas câmaras funerárias.

³⁴ Em seu livro *O olhar renascente*, Michael Baxandall analisa a importância da Lápis Lazúli no processo de obtenção de pigmentos azuis, sobretudo o azul denominado ultramarino, e como a raridade de tal pigmento acrescentava valor financeiro e simbólico às obras que dele se utilizam durante a renascença. Tais especificações previstas em contrato além de garantir a qualidade e beleza segundo os padrões estéticos da época legitimavam o poder simbólico exercido pelos clientes, pois detalhes como ouro, prata e o pigmento como azul Ultramarino de alto valor, exibiam a riqueza e a bondade do cliente ao encomendar uma obra e doa-la a igreja, ou permitir que de alguma forma esta fosse acessível a outros, assim sua ação de devoção ao custo de sua riqueza, estava registrada, eternizada diante dos homens e de Deus.

Na antiguidade, o azul foi uma das cores mais difíceis de se obter, tornando-se por isso um símbolo de poder. Os egípcios, juntamente com os mesopotâmicos, foram os primeiros a fazer o uso dessa cor em suas produções de objetos e tecidos, na arte egípcia estão presentes sobretudo três tonalidades de azul, o ultramarino, o azul egípcio e o índigo. O azul ultramarino, obtido pela moagem da pedra semipreciosa lápis-lazúli, é assim denominado por ser originário do Extremo Oriente (mais precisamente da região que hoje compreende o Afeganistão). Por meio da junção do pó de sílica, cobre e cal, os egípcios criaram o primeiro pigmento sintético da cor azul, denominado *a posteriori* como azul egípcio. Este pigmento foi utilizado para colorir os hieróglifos gravados no interior das pirâmides, para colorir e produzir cerâmicas, contas e amuletos como os celebres escaravelhos, mas, seu uso mais recorrente se deu na pintura mural através da qual difundiu-se para o Mediterrâneo Oriental e para o Oriente Próximo, chegando até o Império Romano. Além da utilização do azul ultramarino e da produção do azul egípcio, há indícios da utilização de outro tom de azul, o azul índigo para tingir os tecidos de linho com o qual envolviam os corpos mumificados. Tal cor era produzida por meio da moagem e fermentação de folhas da erva anil (*Índigofera tinctoria*). A cor azul era utilizada para pintar tumbas, estátuas fúnebres e estatuetas, pois representava fertilidade, renascimento e proteção na vida pós morte.

Na mostra, neste espaço reservado à eternidade, está exposta uma série de objetos utilizados no cerimonial fúnebre, bem como diversos caixões. Desses últimos, destacamos uma tampa falsa que pertence a um sarcófago³⁵ que se enquadra na categoria de "caixão amarelo". Produzida no período da XXI Dinastia, entre 1076 e 943 a.C., a tampa em questão foi confeccionada com uma decoração no estilo *horror vacui*, expressão que se refere à prática egípcia de preencher todas as áreas que compõem as peças, distribuindo elementos estilísticos e morfológicos de maneira repetida e uniforme, sem deixar nenhum tipo de espaço vazio. A peça é feita em madeira de sicômoro e estuque e possui uma pintura policromática, além de alto relevo em gesso. Toda essa ornamentação é recoberta por uma espécie de verniz

³⁵ No presente trabalho utilizamos os termos caixão, tumba e sarcófago, para nos referirmos ao local onde se depositavam os corpos dos mortos, mas, é importante ressaltar que por questões simbólicas o termo sarcófago é o mais abrangente, pois, mais do que um caixão o sarcófago egípcio tinha a função de proteger, preservar e se necessário substituir o corpo do falecido -tendo em sua tampa além de inscrições de fórmulas mágicas de proteção e orientação, a representação do rosto do morto- na medida em que KA ("força vital") e BA ("Alma") só poderiam seguir existindo se houvesse um corpo para o qual pudessem regressar.

que confere um tom amarelado que predomina na peça e do qual surge a denominação "caixão amarelo". A busca pela perfeição por meio de detalhes na confecção de sarcófagos e caixões advinha da crença de que da conservação de khet ("corpo") dependia a conservação de Ba ("alma") e Ka ("força vital"), as oferendas, amuletos e fórmulas mágicas contidas nos sarcófagos visavam fazer a manutenção de Ka que possuía necessidades semelhantes às do corpo (alimentação, proteção, entretenimento etc.) O material se projetava para o mundo espiritual, por isso era preciso que o local onde o corpo fosse depositado representasse de forma perfeita o morto e a tumba possuísse tudo o que em vida era necessário e caro ao falecido. Para os egípcios não havia divisões entre os aspectos corpóreos e extracorpóreos, entre a vida terrena e a vida na eternidade, o espiritual se projetava para o material e vice e versa, cada pessoa era um ser individual e ao mesmo tempo parte integrante da natureza e do mundo que o cercavam. Durante a vida "keth", "Ka" e "Ba" estavam reunidos, após a morte estes se separavam e era necessário que se fizessem os rituais corretos e assim como se conservasse e guardasse bem o corpo a fim de assegurar que os elementos dispersos se unificassem na vida além. Logo, arte egípcia tinha a função de manter o Ka (força Vital) em sua morada, por meio do corpo mumificado, de bustos, afrescos, esculturas etc., caso esse Ka não fosse consumido pelo tribunal de Osíris.³⁶

Figura 5 - Tampa falsa (estilo amarelo)XXI Dinastia (1076-943 a.C.)Madeira, estuque, tinta, 175 x 15 x 45 cm



Tebas, Bab el-GasusAquisição anterior a 1882. Fonte: Museo Egizio, Turim, Itália

³⁶ Os egípcios criam que no pós-vida havia um julgamento, o tribunal de Osíris onde o coração do morto era retirado e colocado em uma balança para ser pesado e comparado com uma pena se houvesse Maat (harmonia-equilíbrio) e o coração fosse mais leve que a pena, a existência do falecido seria preservada caso contrário o Ka seria devorado pelo monstro Amit.

O último objeto da exposição selecionado para a análise é uma Estela³⁷ funerária de Mekimontu (1539-1292). As estelas funerárias eram elementos importantes dentro do conjunto de objetos mortuários, sendo destinadas a contar uma biografia sucinta do morto por meio de imagens e inscrições. Por esse motivo, podiam ser encontradas nas tumbas durante quase toda a história egípcia – do antigo império ao período do domínio grego. A Estela em questão retrata Mekimontu com sua esposa diante de uma mesa com oferendas funerárias, e uma outra figura que oferta um líquido. O falecido segura diante de si uma flor de lótus, símbolo do renascimento, como já citado anteriormente.

Tanto as pinturas quanto os trabalhos em baixo relevo³⁸ seguiam a lei da frontalidade ditada nos cânones da arte egípcia. Nessa perspectiva, a figura humana tem uma representação fracionada³⁹ pela combinação de diferentes ângulos de visão de cada parte do corpo: ombros, peito, olhos e sobrancelhas são retratados de frente; as pernas são vistas por sua face interna, expondo sempre os polegares, sendo retratadas de perfil, assim como os braços e a cabeça. O objetivo era reproduzir cada membro do corpo por seu ângulo de maior clareza, dentro de um espaço raso⁴⁰. Segundo Ostrower esta lei se aplicava mais frequentemente nas representações dos membros componentes das elites enquanto os membros da base da hierarquia social eram retratados de maneira menos rígida, na medida em que

³⁷ As estelas são lajes de pedra retangular projetadas para se manterem eretas, onde eram feitas inscrições, pinturas e/ou relevos alusivos a eventos considerados importantes.

³⁸ O relevo gravado ou o baixo-relevo consiste na marcação do contorno das figuras por meio de um entalhe profundo, no antigo Egito esta técnica era utilizada nas paredes dos templos glorificar o Faraó e nas tumbas a fim de instruir o espírito em seu percurso para a eternidade.

³⁹ Este tipo de representação é um recurso no qual são combinados os aspectos espaciais mais representativos em uma única imagem. No século XIX, Paul Cézanne, resgatou e ressignificou a representação fracionada utilizada pelos egípcios, usando tais princípios em suas naturezas mortas. Mas, diferentemente do que foi feito no Egito, o efeito não foi o de "perfeição estática" das figuras, mas sim utilizado para causar a sensação de movimento, como na obra *Natureza-morta com cestos de frutas (A mesa da cozinha)* c.1888-90. Segundo José D' Assunção Barros em seu texto "As influências da arte africana na arte moderna", esta visão simultânea proporcionada pela representação fracionada exerceu influência sobre a arte moderna insinuando-se na obra *Demaiselles d'Avignon* (1907), de Picaso, e consolidando-se na "desconstrução" dos corpos presentes no Cubismo: Os antigos egípcios, tal como atestam as pinturas que chegaram até o período moderno, bem conservadas pelas paredes das Pirâmides, precederam os cubistas na ideia de representar uma figura a partir de diversos ângulos e perspectivas simultâneos, decompondo a imagem de uma forma muito peculiar. (BARROS,2011,p.72).

⁴⁰ Denomina-se espaço raso a tentativa de se criar algum tipo de profundidade, limitando, ao mesmo tempo, a penetração do espectador no espaço pictórico. Isso permite um maior controle do posicionamento das figuras, como elementos exclusivamente compositivos. Podemos observar a aplicação do espaço raso não só na arte egípcia como também em obras mais contemporâneas, como no quadro *Marceneiros* (1946), de Jacob Lawrence, bem como em obras de Beckmann, Gauguin, Matisse e Modigliani.

Essa estilização só ocorre quando se representam altos dignitários, sacerdotes e divindades. Na representação de camponeses, domésticos, escravos, prisioneiros, mercenários, estrangeiros, em suma, seres considerados inferiores, o desenho se tornava mais livre, mais naturalista e mais “correto”. (OSTROWER, 2009, p.75).

Em princípio, os egípcios utilizavam cores sólidas sem variação de tom. A partir do novo império, passaram a receber variações em sua escala tonal, gerando, assim, uma perspectiva de transparências, como é possível observar nas vestes de Mekimontu e da outra figura masculina presentes na Estela.

Figura 6 - Estela funerária de Mekimontu XVIII Dinastia (1539-1292 a.C. [BC]) Calcário, pintura, 28,5 x 20 x 4 cm



Deir el-Medina Escavações de Ernesto Schiaparelli (1909) Fonte: Museo Egizio, Turim, Itália

Pode-se concluir, ao observar as produções de arte egípcia, que essa não considerava a beleza como o atributo mais importante e, sim, a clareza, na medida em que esta não se baseava na visão do artista, mas, sim, em sua memória que se expunha dentro de regras rígidas, pois,

Era obrigação dos artistas preservar tudo do modo mais claro e permanente possível. Não se propunham, portanto, a retratar a natureza tal como a viam de um determinado ângulo. Desenhavam de memória, seguindo regras rígidas que asseguravam que tudo o que precisava ser incluído no quadro aparecesse com total clareza. (GOMBRICH, 2018, p. 52)

Estas regras denominadas na história da arte como cânones serviam para assegurar que todos os objetos e pessoas fossem incluídos na produção em ângulos e cores que transmitissem de modo mais permanente e claro tanto as imagens quanto seus valores simbólicos. Desse modo, o artista egípcio sintetizava em produções imagéticas não só contornos e formas, mas, sobretudo, significados

que garantiriam a perpetuação da existência do indivíduo mesmo após a morte, mantendo-o vivo por meio de suas representações que se projetariam para a eternidade.

2.3 A megaexposição e sua recepção: um processo que se dá para além do marketing cultural

É sabido que a fim de preencher as brechas deixadas pela redução e/ ou extinção de alguns subsídios de órgãos estatais à cultura, foram estabelecidos mecanismos de gestão indireta na medida em que o Estado lança mão de recursos fiscais públicos para a consolidação de locais, projetos e ações culturais concebidos pelo setor privado como já explicitado nos capítulos anteriores. No entanto, ainda que movidos pela lógica do mercado que movimentava o campo da economia, as iniciativas voltadas à cultura e à arte promovidas em parte por esses incentivos fiscais -como ocorre no caso da exposição aqui analisada, *Egito Antigo: do cotidiano à eternidade*, promovida pelo Centro Cultural Banco do Brasil em parceria com o grupo BB- dependem de ajustes em seus processos de seleção de projetos, de forma que justifiquem seu enquadramento na premissa de benefício público.

A quantidade de visitantes não é sinônimo de qualidade de fruição tanto o conforto do ambiente quanto o espetáculo oferecido pela exposição atraem o grande público para o espaço do centro cultural, neste sentido há uma crescente preocupação do setor educativo em relação a forma como o visitante recebe a mostra, assim há uma diversificação de programações a fim de alcançar públicos distintos. Essas ações ocorrem dentro de uma visão que enquadra o visitante como consumidor, deste modo é necessário atraí-lo a fim de que o mesmo retorne, no entanto as programações e ações educativas não se resumem somente a isso, na medida em que o visitante demonstra um interesse cada vez maior em participar ativamente das exposições e não só contemplá-las, vem daí também o sucesso das megaexposições uma vez que em sua maioria apresentam e propõem obras/atividades interativas.

De fato, o foco da Megaexposição é proporcionar em muitos casos uma experiência sensorial e interativa que gere imersão, não possuindo como objetivo primeiro uma observação atenta e reflexiva. Neste tipo de exposição o caminho a ser

percorrido não é flexível, pois a mesma não visa difundir múltiplas possibilidades e sim uma perspectiva sobre um determinado assunto veiculada de uma determinada forma geralmente concebida pelo curador ou solicitada pelo conjunto de financiadores, este tipo de configuração opõe-se, de certo modo, à prática da visão de difusão ampla da arte como direito humano. Questões de cunho étnico racial por exemplo não constituem-se como ponto central deste tipo de mostra uma vez que, como já mencionado pelo próprio curador Pieter Tjabbes, esse formato de exposição busca apresentar aos "não iniciados" a cultura e os modos de viver dos egípcios antigos. No entanto é necessário reconhecer que há um deslocamento, histórico, cultural e geográfico dos objetos que são expostos em um contexto distinto de seu contexto de origem, não obstante tal tipo de exposição pode oferecer oportunidades que ultrapassam o mero entretenimento, podendo instigar questões profundas como o pertencimento da cultura egípcia à cultura dos povos africanos, o saque, a comercialização e a apropriação de objetos de diversos povos incluindo os egípcios pelas expedições europeias, o embranquecimento imagético e simbólico dos egípcios descartando o Egito de sua localização geográfica e trajetória histórica, dentre outras questões.

Tendo em vista a forte presença de uma colonialidade de saberes e de epistemologias nos dias de hoje, compreender o processo da construção de uma imagem do Egito Antigo europeizado e embranquecido pode auxiliar na compreensão de um debate maior(...) O estranhamento, como Homi Bhabha(1998) afirma, é condição das iniciações extraterritoriais e interculturais, trabalhando com a ideia de hibridismo, e não de polaridade. Ao trabalhar com a ideia de verdades parciais, limitadas e instáveis, somos possibilitados a pensar na construção da cultura, na invenção da tradição e, portanto, na fabricação do discurso. (WERNECK ; NASCIMENTO, 2022, p.22)

Como fruto de uma cultura muito distinta da nossa, a arte egípcia não foi concebida com o intuito de ser observada e admirada, mas sim para ser durável e assim preservar a vida mesmo após a morte, portanto, para nós tais produções são apresentadas a partir de um outro contexto e perspectiva, apesar da apropriação desses objetos históricos feita pelo Museo Egizio e de sua ressignificação em certa instância a partir do olhar desse museu, faz-se necessário situar tais produções em seu contexto cultural e histórico levando em consideração o público que as recebe.

A arte se constitui de sua materialidade (suporte, técnica, estilo) e do discurso que a permeia, assim sendo, além de toda a questão estética para que uma obra "seja de fato" arte se faz necessária uma legitimação na medida em que no contexto atual

“tudo é arte” a diferença entre um simples objeto e uma obra de arte, está sobretudo nos discursos que conferem valor a ela, esse poder simbólico que a legitima emana também dos receptores que a reconhecem como tal.

toda obra está referida e é relativa a uma rede de relações que a ultrapassa: a uma trama de afetos, fenômenos, concepções e poderes exteriores, inclusive ao conjunto de valores para a qual se dirige, à vizinhança ao lado da qual ela se coloca, às singularidades daquele para quem ela se endereça. Os diversos modos de aparição das obras considerariam, nessas relações, o que, como, de que lugar, com que meios, com que gama de valores, as obras se inserem e se engendram. (CÉSAR, 2015, p.56)

Ainda que a base das megaexposições de maneira geral seja o espetáculo, isto não anula a capacidade de comunicação, transmissão e produção de conhecimento uma vez que uma exposição mais verossímil em que se possa ver, tocar, sentir etc. desperta de forma conjunta os aspectos cognitivos e sensoriais aprofundando o processo de aprendizagem ao atrelar conhecimentos e sensações que atingem diferentes tipos de visitantes, que são levados a contemplar (através de objetos de grandes dimensões e impacto visual, como no caso da pirâmide que abre a exposição *Egito Antigo do cotidiano à eternidade*), refletir (por meio dos textos, rodas de conversas, cursos, workshops) e interagir (a partir objetos que podem ser tocados, modificados, em que se pode entrar etc.). Desta forma, é possível compreender que a ideia de uma passividade total do público diante de uma exposição é pouco plausível quando se entende que a construção do valor de uma se dá pelo curador e suas escolhas, mas também pelos visitantes e suas apropriações e ressignificações, e quanto maior a diversidade de público, maior a capacidade de que as obras agreguem diferentes significados e interpretações

Exposições contam histórias, evidenciam memórias, expressam disputas, escolhas e silenciamentos (...) uma exposição é também um diálogo entre diferentes grupos: os que usaram os objetos, os que criaram a exposição e os que a visitam. (GIL; MEINERZ, 2017, p.7)

Portanto, mesmo que esse modelo de exposição tenha servido como validador de uma marca institucional e de uma narrativa curatorial, seu conteúdo se estende para além disso, os megaeventos promovidos sobretudo pela iniciativa privada, são ferramentas de propaganda, mas também oportunizam a circulação da arte ainda que esta se apresente carregada de um discurso de marketing, É inegável que a arte egípcia pode ser reinterpretada e ganhar novos significados sob o olhar dos visitantes, no entanto para que o contato com essa produção se dê de maneira

mais completa e rica é importante não desvincular a arte egípcia de seu contexto original.

Neste sentido, o setor educativo oferece possibilidades de inserção, ampliação e aprofundamento de temas e questões abordados de maneira sucinta ou pouco aprofundada nas exposições. Tais ampliações propostas pelas ações educativas visam não só um aprofundamento da exposição em termos de conteúdo, mas também em termos estéticos, na medida em que são abertos espaços para a produção e apreciação consciente da arte, bem como uma complementação à formação de professores por meio de capacitações que permitam uma apropriação da exposição a partir de olhares diversos de profissionais de diferentes áreas, permitindo, assim, a construção conjunta de uma visão multidisciplinar sobre o tema.

Tal premissa vem também do entendimento de que o centro cultural ainda que em muitos casos cumpra o papel de ferramenta de marketing, abrange funções como a construção e a disseminação do conhecimento, estes processos se dão de modo individual e coletivo, tanto por parte da instituição quanto por parte do público, o conjunto dessas ações que abrangem o antes, o durante e o depois no contato com as obras de arte contribuem para o fortalecimento de cidadãos conscientes de si e do outro, como elos da cadeia de produção de arte, não como meros espectadores, mas também como agentes criadores de cultura e arte, sendo o acesso à produção artística e ao contexto que a permeia um direito abarcado pela cidadania. Deste modo, pode se compreender que a proposta da curadoria serve de ponto de partida e não como uma âncora que fixa ou bússola que indica o caminho a ser seguido. Não existe só um caminho possível, existem múltiplas opções e o setor educativo pode mediar os percursos que levam às diferentes faces de um mesmo tema, como veremos a seguir.

3 O CENTRO CULTURAL COMO FERRAMENTA DE DEMOCRATIZAÇÃO DA ARTE ENQUANTO DIREITO HUMANO

As artes e a cultura proporcionam experiências vivas, e não apenas a apreciação estática de objetos estáticos.

Ana Mae Barbosa

Salvaguardadas suas particularidades e diferenciações, bibliotecas, cinemas, museus, galerias, centros culturais etc... retiram as obras do lugar comum atribuindo a elas valor simbólico e econômico, conferindo-lhes confiabilidade e gerando a sua promoção social, bem como a expressão e a popularização da arte e da cultura, assegurando, assim, sua divulgação e consumo. Tais espaços podem configurar-se como espaços culturais na medida em que há a compreensão do indivíduo como sujeito ativo em seu próprio processo de aprendizagem, quando estes atuam como agentes potencializadores deste processo, gerando estímulos, criando desafios e ampliando os conhecimentos prévios trazidos pelos indivíduos.

Enquanto o foco do museu se volta para a preservação e salvaguarda de seu acervo, com exposições permanentes e fomento à pesquisa, geralmente voltada ao patrimônio histórico e às artes clássicas, as galerias se voltam à exposição de obras direcionadas à venda e às tendências do mercado de Arte, gerando sua circulação. Já o centro cultural conjuga essas e outras funções. Embora vários locais se caracterizem como aparelhos que promovem a cultura, o centro cultural se apresenta como um aparelho cultural de natureza híbrida pela multiplicidade de serviços, funções e, também, pela concentração de diferentes linguagens da arte em um único ambiente. Os centros culturais têm sua origem a partir da década de 1970, no modelo do primeiro centro cultural, o centro cultural Georges Pompidou, localizado na França⁴¹. Apresentando-se como um espaço que exerce atribuições diversificadas

⁴¹ Já disscorremos um pouco acerca dele neste capítulo. Ademais, além do Beaubourg, outra possível referência para a criação dos centros culturais remonta um período ainda mais antigo, a biblioteca de Alexandria, que possuía uma vasta gama de ambiente e atividades como um jardim, salas de estudo, refeitório, observatório, anfiteatro e acervo de livros, caracterizando-se por suas múltiplas funções para além de uma biblioteca, como um complexo cultural. No Brasil, os primeiros centros culturais surgiram na década de 1980 na cidade de São Paulo.

que incluem desde o fomento à produção artística, capacitação de profissionais e inclusão do público na cadeia de produção cultural, conjugando em si atributos de museus, galerias, bibliotecas, cinemas e teatros, oferecendo, além disso, formação em seus setores educativos, oficinas e workshops. O centro cultural também se diferencia dos demais aparelhos culturais, pois além de desempenhar múltiplas funções também oferece produtos culturais, abre espaço para a produção destes e idealiza novos produtos.

Dentre as ações do centro cultural, podemos destacar três áreas principais de atuação que consistem na preservação, criação e circulação. A preservação visa resguardar patrimônios culturais, obras de arte e até mesmo o próprio edifício em alguns casos, a fim de garantir a manutenção da memória histórica, artística e cultural em âmbito coletivo. A segunda área de atuação diz respeito à criação material e intelectual propiciadas por espaços existentes no centro cultural, como oficinas, laboratórios, cursos, ateliês etc.

Devido a seu caráter heterogêneo, não se tem um “modelo ideal” de um centro cultural. Entretanto, segundo Ramos (2007), ainda que não haja um consenso para definir em que consiste um centro cultural, alguns aspectos comuns a diferentes instituições permitem certa identificação. Nesses espaços se unificam atividades no âmbito cultural que visam estimular a criação, a reflexão, a fruição e a distribuição de bens culturais, de modo que tais ações estão diretamente ligadas às questões da cidade e suas paisagens, na medida em que não se pode estabelecer uma cultura distanciada dos contextos individuais e coletivos.

Logo, pode-se compreender que um dos papéis a ser exercido pelos centros culturais é o de integração entre indivíduo e paisagem urbana por meio da promoção da apropriação dos espaços da cidade por seus moradores, conforme possibilita o acesso destes a diversas atividades culturais, bem como sua inclusão na cadeia de produção cultural local. Portanto,

O centro de cultura é um espaço que deve construir laços com a comunidade e os acontecimentos locais, funcionando como um equipamento informacional, no qual proporciona cultura para os diferentes grupos sociais, buscando promover a sua integração. (NEVES, 2012, p. 1).

Deste modo, a configuração de um centro cultural deve buscar atender às demandas locais visando a construção de conhecimentos e práticas, utilizando-se de ações participativas, já que a vivacidade da cultura depende de uma construção

conjunta. Ou seja, os indivíduos que estão inseridos em uma determinada comunidade devem interagir uns com os outros, apropriando-se da arte e da informação de forma crítica, tornando-se sujeitos de suas próprias narrativas na medida em que usufruem e produzem cultura.

3.1 A cultura como produto e direito humano

A cultura em seu sentido mais abrangente constitui-se em diferentes formas de interpretar, ressignificar e transformar a realidade, compreendendo um sistema amplo de valores, crenças e comportamentos que expressam a identidade coletiva do grupo no qual origina-se, bem como a capacidade de apropriar-se dos recursos naturais e realizar transformações ambientais, sendo o meio pelo qual o homem intervém no mundo. O conceito de beleza e a contemplação da mesma, a busca pelo transcendente e a prática de representar a si mesmo e aos outros, observadas desde a pré-história nas pinturas rupestres e nos artefatos produzidos pelo homem, revelaram sua capacidade de atribuir qualidade estética aos ambientes que o circundam.

Assim, eventos cotidianos como nascimentos, mortes, sexualidade, alimentação e relações familiares tiveram seus valores amplificados e revestidos de uma ritualística por meio da arte. Tais características podem ser consideradas a matriz da criação artística. Essas habilidades de enfrentamento e adaptação em relação às adversidades e o desenvolvimento de maneiras de comunicar-se atribuindo valor simbólico às representações imagéticas também se configuram como uma definição possível para o termo cultura.

O desenvolvimento de uma cultura pressupõe, como já mencionado, o desenvolvimento de suas expressões artísticas. Por meio da arte se fomenta o pensamento visual, a percepção, a imaginação e a criatividade que elabora resoluções para problemas cotidianos. Deste modo, a arte configura-se como uma das ferramentas das quais o homem se utiliza para realizar a apropriação e intervenção no ambiente que o cerca. Portanto, a arte caracteriza-se como parte integrante do sistema cultural. Arte e sociedade estão interligadas na medida em que

a arte se constrói dentro das dinâmicas sociais, e estas se refletem nas produções artísticas. Por ser uma ferramenta de expressão e comunicação, a arte ressoa na sociedade ao mesmo tempo em que recebe dela mensagens, temas e questões, influenciando e sendo influenciada. As obras de arte apresentam e representam eventos e fenômenos que compõe a sociedade em diferentes territórios, culturas e cronologias. A arte cumpre funções alegóricas e, ao mesmo tempo, comunicativas e expressivas. Ao longo da história, ela tem servido como caminho para a compreensão e transformação das realidades nas quais o homem esteve inserido sob diferentes contextos, ultrapassando a função de entreter e o caráter meramente estético. Deste modo, pode-se compreender que a arte pode estar a serviço da sensibilização para os problemas de ordem socioeconômicos e para a promoção da cidadania, uma vez que pode despertar o olhar para a diversidade e confrontar o que é posto como “norma”.

As produções artísticas geram uma ruptura da rotina cotidiana na medida em que promovem uma elucidação que permite que padrões e estigmas sejam repensados, ampliando o imaginário, propiciando novos olhares e contribuindo para a construção de uma perspectiva crítica a respeito das desigualdades sociais e quebra de direitos constitucionais, gerando *insights* que a longo prazo podem representar mudanças permanentes. Pensar a arte enquanto experiência desloca o seu valor, tornando-a parte integrante dos recursos individuais, inerentes à capacidade humana. A preservação da arte como valor para fruição perpassa o reconhecimento do direito à fruição da cultura que a abarca. Esta forma de considerar a arte amplifica sua função para além do entretenimento ou valor comercial, pois

Entendemos a arte sobretudo como um conceito cultural que integra tanto um conjunto de manifestações e produções 'artísticas' que a caracterizam como o sistema que as classifica como tal. (SILVA, 2009, p.129)

Portanto, podemos compreender que por sua amplitude conceitual a cultura abrange questões que perpassam e ultrapassam raízes étnicas, religiões e línguas, podendo também ser compreendida como um modo de vida, um processo e um produto como já mencionado na presente pesquisa. Logo, a cultura não está restrita à apreciação estética das belas artes, nem à absorção passiva de conteúdos simbólicos produzidos por profissionais especializados. O desenvolvimento da cultura abrange os direitos sociais, econômicos e culturais. Como eco proveniente da

declaração universal dos direitos humanos, a propagação do entendimento do valor e do caráter universal da cultura como fator que propicia a melhoria da qualidade de vida de grupos sociais distintos passou a vigorar em detrimento de uma antiga visão que naturalizava a existência da desigualdade, sobretudo no que diz respeito ao acesso à cultura.

Em vista disso, surgiram iniciativas em âmbito nacional, como a institucionalização da cultura por meio da criação de ministérios no Brasil e na Europa, o que representa o seu reconhecimento como aspecto essencial para a estrutura social, assim como saúde e educação, e em âmbito global, como por exemplo o Pacto Internacional de Direitos Econômicos, Sociais e Culturais⁴² (PIDESC), sancionado pela ONU a partir de 1966. O artigo 15 do PIDESC prevê, além do direito dos indivíduos à participação da vida cultural, a conservação, o desenvolvimento e a difusão da cultura, bem como o acesso aos benefícios materiais e morais gerados pela arte, incluindo, também, a liberdade para o exercício de atividades criativas e o incentivo a fomentos e cooperação internacional no campo da cultura.

A obtenção de conhecimento constitui-se como um caminho para promover a afirmação da identidade dos sujeitos, assim como sua participação social. Neste sentido, a liberdade para a aquisição de conhecimento é fundamental, sendo a arte uma ferramenta ampla e versátil no desenvolvimento desta.

A ampliação das noções de direitos culturais, cidadania cultural, desenvolvimento cultural, assim como capital e diversidade culturais, disseminadas, sobretudo, a partir da década de 1980, evidenciaram a importância de uma participação mais abrangente de diferentes grupos na vida cultural, tanto como criadores quanto como consumidores. No Brasil o PIDESC só foi ratificado em 24 de janeiro de 1994, pois a concepção da cultura como instrumento educativo de intervenção para a transformação social se restringiu por muito tempo a gestões ministeriais, mandatos ou instituições que atuaram de forma pontual, já que o entendimento de cultura como canal para a cidadania é recente. Ainda que o acesso à cultura e a participação na vida cultural não representem soluções econômicas diretas que possam reverter crises financeiras presentes em diversos países, ainda

⁴² Este pacto visa garantir direitos civis e políticos tornando obrigatórios os pontos já estabelecidos na declaração universal dos direitos humanos. Os Estados participantes devem avaliar seu cumprimento por meio de relatórios regulares, relatórios paralelos de organizações da sociedade civil também são aceitos como subsídio, a fim de observar o grau de implementação do pacto, bem como os fatores complicadores de sua plena ação.

existem contrapartidas no investimento neste setor, na medida em que tal investimento produz impacto extenso sobre a formação da cidadania e coesão social.

Os direitos culturais validam e ampliam o exercício dos direitos humanos, na medida em que, por exemplo, preveem o direito de qualquer pessoa a participar da vida cultural, meio pelo qual a liberdade de expressão elencada nos direitos humanos pode se tornar possível. Além da participação na vida cultural, também se constituem como direitos culturais o acesso às conquistas científicas/ tecnológicas e o direito material e moral à propriedade intelectual. Este tripé serve como ferramenta de oposição à desinformação, corrupção e sistemas autoritários de governo. No Brasil, a cultura é um direito constitucional⁴³ que engloba a participação, o acesso e a contribuição com a vida cultural. Estes compreendem a fruição e as experiências proporcionadas pelo contato com a cultura. Já o direito a contribuir com a vida cultural abrange as possibilidades de se desenvolver criações, formular ações e decidir sobre a esfera cultural de determinada sociedade e/ou grupo.

Neste sentido, não cabe ao Estado produzir ou impor uma vida cultural, mas, sim, criar e assegurar condições para que haja o fortalecimento e a ampliação de processos, ações e projetos que manifestem a cultura já existente. Isso pode ocorrer por meio de espaços, indivíduos e/ou grupos que vivam e se apropriem desta cultura difundindo-a, pois, para além da promoção dos direitos culturais por meio de medidas legais faz-se necessária uma apropriação popular de tais direitos através de visões de mundo coletivas e individuais embasadas em algum senso – ainda que informal – do que é a cultura. Tal senso pode e deve ser promovido em espaços formais e informais de educação e cultura como escolas, ONG's, museus e centros culturais.

Sendo assim, é função do centro cultural conectar-se aos acontecimentos locais, bem como à comunidade que o cerca, a fim de contribuir no processo de construção da identidade cultural e formação de sujeitos que reflitam sobre suas histórias e contextos. Neste sentido, faz-se necessário que as programações do centro cultural sejam formuladas com base tanto no entorno em que este se insere quanto no público que o acessa, promovendo ações que oportunizem o

⁴³ Na sessão II do capítulo 3 da Constituição Brasileira de 1988 (vigente até o presente momento), dois artigos se dedicam à regulamentação dos direitos culturais dos cidadãos brasileiros. Tais direitos não surgiram com a constituição, pois já se faziam presentes nas cartas constitucionais republicanas, sendo o texto constitucional, portanto, a maturação destes processos que compreendem a cultura como parte constituinte da cidadania.

aprofundamento de conhecimentos prévios dos sujeitos por meio da interação com o espaço e outros sujeitos, e do estímulo à reflexão gerada por múltiplas experiências estéticas e sensoriais, reconhecendo a autonomia e as capacidades individuais na produção de conhecimentos, pois,

Uma cultura viva é construída pelos próprios sujeitos, em interação com outros sujeitos, com a obra de arte, com a informação; inseridos em um processo crítico, criativo, provocativo, grupal e dinâmico. Sejam quais forem as condições de atuação, o centro de cultura deve ser por excelência da ação cultural. (RAMOS, 2007, p.6)

Quando há o entendimento do indivíduo enquanto agente ativo na construção do próprio processo de aprendizagem, o papel que as instituições de cultura e arte assumem é o de catalisadoras, permitindo que as experiências de cunho pessoal agreguem profundidade aos contatos com as exposições e eventos, compreendendo que os espaços institucionalizados não se constituem como fonte única de conhecimento. Deste modo, a elaboração de significados termina por perpassar tanto o que foi delineado para ser exposto quanto os referenciais individuais e coletivos previamente adquiridos pelos sujeitos, na medida em que

A ideia de "democracia cultural" não sugere uma oferta de produtos culturais banalizados, como tem sido a prática, por exemplo, da televisão. A política do "puro entretenimento" não pode confundir-se com a essência da "diversidade cultural" intrínseca a essa democracia. É essa noção de diversidade cultural que redefine o papel da cultura na constituição complexa dos indivíduos e na constituição das identidades dos povos; por isso são imprescindíveis os cuidados com a qualidade das políticas culturais. (WU, 2006, p.21)

A privação da participação da vida cultural dificulta o desenvolvimento de vínculos sociais, assim como a sensação de pertença. Tais vínculos são relevantes para a criação e manutenção de noções de igualdade e respeito às diferenças, bem como a responsabilidade em relação à valorização e preservação de patrimônios materiais e imateriais. Logo, os processos que facilitam e difundem o acesso à cultura promovem interação, respeito, reconhecimento e possibilitam condições de igualdade fundamentais para o exercício dos direitos culturais e, por conseguinte, dos direitos humanos. Ao ter acesso e liberdade para lidar com a própria cultura, os indivíduos podem identificar características que promovem o bem-estar social, como também questões que podem ser ajustadas em suas tradições a fim de promover maior integridade e liberdade individual.

A fruição de arte é um elemento constituinte da condição de cidadão. Em um ambiente cultural cada vez mais participativo e plural, tem se instalado uma série de mudanças que implicam na forma como a arte é concebida e difundida. Antes mesmo do quadro pandêmico que atingiu o mundo em 2020, o processo de virtualização dos espaços culturais, por exemplo, já vinha ocorrendo. Tal processo se iniciou não só devido à visão da cultura como produto (e não como direito, centrada no entretenimento que vende determinadas experiências, perspectivas e cosmovisões), mas também graças ao aumento da desigualdade e da pobreza, pois, ao passo que a escassez de tempo e a renda limitada tornam os momentos de lazer cada vez menos recorrentes, as mídias digitais configuram-se como canais mais baratos e acessíveis para o contato com a arte. Logo, há um desafio posto para a manutenção da arte clássica, pois, mais do que estar em exposição, as artes oferecidas para este tempo devem projetar e entregar experiências.

Deste modo o acesso a aparelhos culturais é apenas uma das muitas formas de fruir e se apropriar da arte, sendo tal apropriação algo complexo e processual, que necessita de mediação. A função da mediação cultural, por sua vez, é – na figura do mediador – contribuir para o processo de atribuição de sentido, promovendo a compreensão e aproximação entre os sujeitos e os objetos, possibilitando o acesso e a apropriação destes a partir de atividades previamente elaboradas. Esta apropriação, no entanto, não deve visar uma reprodução mecânica de informações e, sim, a promoção de uma autonomia de pensamento que avalie as informações recebidas integrando-as aos conhecimentos já internalizados naqueles que participam da ação cultural.

3.2 Centro cultural: espaço de ação e mediação cultural

Uma ação cultural pode estar focada nas carências ou nas potências dos indivíduos. Enquanto uma ação focada nas questões deficitárias de um indivíduo ou grupo se propõe a levar cultura a eles, uma ação cultural que reconhece os conhecimentos, dinâmicas e processos culturais se propõe a partir deles e impulsiona-os. Neste sentido, faz-se necessária uma articulação entre a dita cultura popular e a

cultura institucional a fim de que esta última não se torne impositiva no processo de construção de conhecimento, reconhecendo a inexistência de um monopólio no que se refere à formação dos indivíduos. Sendo assim, a ação cultural deve promover o fortalecimento e/ou a construção de uma identidade cultural que possibilite ao indivíduo reconhecer-se enquanto ser social estabelecido em determinado tempo e espaço. Para Neves,

Os centros culturais são instituições criadas com o objetivo de se produzir, elaborar e disseminar práticas culturais e bens simbólicos, obtendo o status de local privilegiado para práticas informacionais que dão subsídios às ações culturais. São espaços para se fazer cultura viva, por meio de obra de arte, com informação, em um processo crítico, criativo, provocativo, grupal e dinâmico. (NEVES, 2013, p. 2)

Deste modo, a disseminação da arte e bens culturais deve ocorrer dentro de uma esfera dinâmica, integrada e integradora dos espaços aos quais o centro cultural acessa, visto que não é possível construir uma cultura totalmente dissociada da realidade a qual grupos e indivíduos pertencem, levando em consideração principalmente o cenário apresentado por um mundo globalizado, já que

a globalização é um período no qual os lugares têm um valor que nunca tiveram antes. Nada se faz sem ser em função de um lugar. E as coisas valem hoje, mais do que nunca, em função dos lugares. (SANTOS, 1998, p.157)

Neste contexto de um mundo globalizado com intenso e constante fluxo de informações que se apresentam, sobretudo, na forma de imagens, faz-se necessária a construção de processos de mediação a fim de que as informações sejam recebidas não somente quantitativamente, mas também qualitativamente, proporcionando um ambiente propício à informação e à reflexão acerca das informações recebidas e não uma observação passiva. Experiências e ambientes mediados facilitam a transição do sensível para o inteligível e promovem a circulação de sentidos distintos que compõem o sistema cultural, reduzindo, assim, a distância entre objetos e sujeitos.

Portanto, o papel da mediação consiste em facilitar a transformação de sentidos em simbologias compreensíveis, reconhecíveis e reconstrutoras. Essa mediação pode ocorrer dentro do escopo de uma ação cultural ou de uma animação cultural. Enquanto a animação cultural funciona, sobretudo, como marketing, entretendo e atraindo o público sem intencionar a promoção de uma apreensão dos conteúdos e da informação de maneira mais aprofundada, a ação cultural, por outro

lado, busca criar condições propícias para que as pessoas se tornem participantes ativas, interagindo e refletindo sobre si mesmas e sobre o mundo que as circunda, não sendo meros receptores/expectadores. Neste sentido, a mediação que ocorre dentro de uma ação cultural, como uma exposição, deve não só viabilizar a atribuição de sentidos como também os produzir.

Museus, centros culturais e demais espaços que expõem e difundem a arte oportunizam aos seus visitantes a formação de uma cultura visual carregada de significados. Atualmente, a mediação tem papel de grande relevância nesse processo, tendo em vista o fato de partirem de visões mais amplas e ou generalizantes para uma observação mais focal e particular, instigando novos olhares sobre os mesmos objetos, entendendo, aprofundando ou, até mesmo, se opondo à concepção da organização e/ou curadoria desses espaços. Os processos de mediação se dão entre as intersecções que se fazem entre o objeto exposto, sua cultura de referência, o conhecimento e as crenças prévias do público e os próprios conhecimentos, referências e crenças do profissional que realiza a mediação. O campo da mediação cultural compreende a interposição que sujeitos e/ou instituições realizam no processo de recepção e criação cultural. Tal campo cultural localiza-se tanto em processos de formação quanto de educação, abrangendo a esfera informacional, cognitiva e simbólica.

A construção desses processos educativos e formativos pode ocorrer por meio da cultura e da arte. Assim, as informações fornecidas pela mediação devem esclarecer e apoiar interpretações sem, no entanto, substituí-las, permitindo a criação de espaços para análise, reflexão e crítica. Mediar, portanto, não se trata de mera transmissão de dados sobre a exposição e seus objetos, visto que esta não visa a reprodução mecânica e, sim, um aprendizado que é um processo contínuo de interpretação e atribuição de sentido. O processo de mediar compreende, então, a capacitação do sujeito que faz a ponte entre público e obras, a fim de que se estabeleçam conexões que possam contribuir no desenvolvimento educacional dos indivíduos e da coletividade.

A própria exposição é uma forma de mediação, pois ela media a relação entre os sujeitos e sua cultura e/ou outras culturas através da mostra de seus artefatos e objetos artísticos. Nela pode ser explorada a dimensão crítica da arte, impulsionando indivíduos e instituições que trabalham ativamente com cultura e educação ou que delas usufruem a olharem para si e para o mundo que as circunda, através de

questões e reflexões, considerando uma gama de caminhos possíveis, tendo em vista a pluralidade de pessoas e espaços em que podem se fazer conexões com a arte. É papel da mediação estabelecer um diálogo entre a interpretação dos curadores, do público e a sua própria maneira de compreender as obras, a fim de possibilitar um ambiente de negociação entre diversas culturas e saberes que permeiam as imagens, ampliando os campos de debate. Deste modo, há um deslocamento dos questionamentos, pois

a nossa percepção de mundo é, ela própria, mediada por imagens, símbolos, sons, gestos e situações gerados em circunstâncias e contextos específicos. Nossos "pontos" de vista são "pontuados" por pontos de vista de outros. Eles se agregam e se reconstróem, se expandem e se diluem via cultura. (TOURINHO, 2009, p. 271)

Porém, somente a partir do século XX as funções sociais, educacionais e formativas de museus e demais espaços culturais passam a ser consideradas tão importantes quanto seus papéis de exibição e preservação de objetos históricos, etnográficos e obras de arte. Nesse cenário, o foco se desloca dos objetos para os sujeitos, sendo os objetos compreendidos como veículos de comunicação, suporte de ideias e ponto de partida para discussões e considerações. No Brasil, a prática de mediação de obras artísticas surgiu no Rio de Janeiro em meados de 1950, sob a orientação de Sigríd Porto e Ecylla Castanheira. Neste período, ainda que houvesse atividades voltadas a debruçar-se sobre as obras expostas nos museus, tais atividades tinham por base os ateliês voltados, sobretudo, para não leigos e visitas guiadas cujo discurso pautava-se, exclusivamente, na visão de curadores, críticos e historiadores da arte, desconsiderando a autonomia do público no processo de fruição das obras artísticas.

No entanto, a partir da década de 1990, ocorre uma propagação de setores educativos sistematizados dentro de museus, casas de cultura e centros culturais, tendo como impulso o aprofundamento da espetacularização da arte bem como a disseminação das megaexposições e exposições de acervos internacionais. Tal contexto aponta para a necessidade, cada vez mais frequente, de se atrair e incluir um público não especializado nas ações culturais. Além disso, a inserção da abordagem triangular⁴⁴, proposta por Ana Mae Barbosa, oportuniza um estreitamento

⁴⁴ A proposta de abordagem triangular possui influências dos pensamentos de Paulo Freire, reconhece a arte como conhecimento autônomo que possui metodologia própria, divide a

de vínculos entre arte e escola, reforçando a importância da fruição da arte no processo de leitura, ensino e aprendizagem da mesma. Esta compreensão intensificou a busca de artistas e, sobretudo, professores por visitas e cursos em espaços de difusão cultural. Neste contexto, o *boom* dos aparelhos culturais aumentou a necessidade de mediações para permitir uma recepção reflexiva, não passiva, dos conteúdos expostos, tendo em vista que a arte enriquece a subjetividade dos indivíduos ultrapassando as questões imediatas da vida, ao mesmo tempo em que reflete essas questões. Sob esta lógica, houve uma implantação cada vez maior de setores e serviços voltados à educação direcionados ao grande público dentro dos espaços culturais e expositivos,

À medida que a Abordagem Triangular foi sendo difundida e, posteriormente, quando seus princípios foram integrados, como agenda escondida aos parâmetros curriculares determinados pelo MEC (1996/1997), à procura de professores por cursos e visitas a museus foi intensificada. A partir da década de 1990 por esses motivos ou por maior desenvolvimento da consciência social, muitos museus criaram os setores educacionais. A atenção da educação nos museus aumentou quando as megaexposições permitiram descobrir que as escolas são o público mais numeroso nesses eventos e, portanto, inflam as estatísticas e ajudam a mostrar grande número de visitantes aos patrocinadores. (BARBOSA, 2009, p.17)

A exemplo da França, tomamos de empréstimo o termo “mediadores” para designar os profissionais atuantes nessa área. Tais serviços embasaram-se em princípios da animação sociocultural, do ensino de jovens e adultos e da educação popular, absorvendo as ideias de formação continuada, lazer e expressão criativa como ferramentas de compartilhamento de informações e aprendizagem. Segundo Barbosa & Coutinho, existem três principais tendências de mediação: imersiva, diretiva e construtivista. A mediação imersiva pressupõe uma inserção no meio cultural e a intermediação se dá de maneira informal; a mediação diretiva compreende uma mediação formal que visa transmitir informação daqueles “habilitados” em determinado campo de conhecimento para aqueles “não habilitados”; por fim, na perspectiva construtivista, a mediação é entendida como um meio de troca de

compreensão da arte em três polos contextualização(estabelecer relações entre o cenário histórico, político, social e cultural no qual a obra foi concebida), praticar(fazer arte de forma livre sem estar engessado a técnicas e padrões estéticos de maneira obrigatória), fruir(conhecer, ter contato com as obras, observar, apreciar, contemplar as obras, tal prática pode ser promovida por meio de visitas). a abordagem triangular visa uma compreensão mais integral da arte por meio de um aprendizado teórico-prático que gere significado.

saberes, pelo qual se estabelecem parcerias e são feitas negociações. A esta última nos ateremos.

A mediação abrange um complexo de ações e atividades que visam diminuir o distanciamento entre a sociedade, o público que é mediado nas exposições e os objetos artísticos. O trabalho de mediação no setor cultural abarca três etapas distintas do contato com os bens culturais: o momento que antecede o contato, que é marcado por uma sensibilização precedida pela apreciação que se dá durante o momento das visitas ou apresentações e, por fim, o fechamento das atividades e suas possíveis reverberações. A sensibilização consiste nos processos de preparação e mobilização do público, a fim de facilitar o transcurso de sua apreciação estética. Tal prática compreende ações formativas para os educadores das instituições assistidas pelas ações de mediação cultural: cadernos de mediação disponíveis para uso dentro e fora do contexto educacional, uso de plataformas digitais e redes sociais para difundir as programações bem como engajar o público, estratégias comunicacionais e ferramentas de coleta de dados que visam traçar perfis dos públicos atendidos.

A mediação pode configurar-se como um espaço de diálogo multicultural, no qual ocorrem trocas subjetivas, simbólicas e informacionais em que se percebem características de uma cultura espelhada em outra. Pode tanto ativar as sensibilidades quanto gerar a análise por meio de uma abordagem que convida e/ou provoca. Além disso, a mediação pode também representar um campo dialógico transcultural, a partir do qual o geral é reconhecido por meio do particular e são observados os fatores que as atravessam e ultrapassam. A construção dialógica de conhecimento compreende aprender a fazer perguntas que não visam confirmar ou reforçar conhecimentos prévios, mas, sim, instruir-se por meio da alteridade. Ou seja, através de um diálogo genuíno mediador e visitante podem assimilar conhecimentos, compartilhando o que sabem entre si, contribuindo mutuamente na formação do outro através das perguntas que fazem e das respostas que recebem. Tal troca pode configurar-se como um dispositivo disruptivo de visões preponderantes, antes consideradas únicas e absolutas, entre os sujeitos e as artes, os espaços expositivos e até mesmo entre os sujeitos e as dinâmicas sociais nas quais estão inseridos.

A postura do mediador enquanto facilitador do contato entre visitante e obras estimula o interesse deste pela mostra e promove um movimento de busca pelo saber que pode ultrapassar o momento da visita, transpondo o apreendido para a vida cotidiana, transformando uma visita pontual em hábito de visita a exposições, já que

a visão construtivista de mediação não consiste na transposição de conhecimento, mas na concepção de percursos que possibilitem a elaboração de experiências individuais e coletivas que contribuam na formação de pessoas e grupos munidos de capacidade crítica e reflexiva. Através das ações mediativas, textos, vídeos explicativos, visitas guiadas, rodas de conversa etc., há uma sensibilização daqueles que fruem dos objetos. Os sentidos são trabalhados para que a educação seja vivenciada através do patrimônio, na medida em que o momento da visita para muitos públicos, como o escolar, constitui-se em um momento único de contato e conexão com objetos históricos, artísticos e culturais, que no dia a dia só podem ser contemplados em livros.

Por conseguinte, a mediação auxilia não só na atribuição de sentidos para os objetos expostos, como também abre possibilidades para um entendimento aguçado que, muitas vezes, ultrapassa o que está posto no currículo escolar. O livro didático, por exemplo, ainda se constitui como elemento importante no processo de ensino e aprendizagem no contexto da Educação Básica. Por meio dele, muitas vezes, é estabelecido o primeiro contato dos estudantes com as histórias e culturas de outros povos, que podem ser apresentadas de maneira simplificada e linear, por meio de uma narrativa objetiva focada em causas e consequências. Também é comum que reproduza, com frequência, discursos oficiais, legitimando versões específicas dos fatos, sem apresentar ou dar voz aos seus múltiplos agentes, privilegiando os grupos “vencedores/ dominadores” e sua visão estereotipada dos demais envolvidos nos acontecimentos históricos. Deste modo, as questões instigadas pela mediação ampliam os conteúdos apresentados em sala, pois podem despertar um desejo de buscar por conhecimentos que vão além do que está previsto nas competências estabelecidas no currículo e que se espera que o discente desenvolva, aumentando, assim, seu repertório cultural. Para isso, no entanto, se fazem necessárias associações entre as percepções de mundo construídas pelos discentes e o que se pretende compartilhar, a fim de promover uma mediação que faça sentido em relação aos diversos modos de viver.

Portanto, a mediação amplia as possibilidades de compreensão a respeito das configurações de mundo em um determinado espaço e tempo criando conexões entre percepções e conhecimentos já pertencentes aos indivíduos e novas formas de assimilar a história, a cultura e as concepções de vida de outros povos. Além disso, a mediação proporciona a quebra de visões estereotipadas e preconceitos, o estímulo

à produção criativa e intelectual. Ademais, contribui na difusão de noções de humanidade e cidadania. Cabe ao mediador a função de auxiliar o público na busca por seu próprio caminho interpretativo, sem que este se submeta à imposição de interpretações das obras concebidas pela curadoria.

Devido à abrangência de atividades e áreas em que atua nos centros culturais, a mediação possui ampla atribuição, estando presente no cinema, espetáculos musicais, teatro, oficinas e exposições. Nos ateremos, aqui, a esta última ação, com foco no que foi promovido pelo Centro Cultural Banco do Brasil.

No campo cultural, a mediação conecta ou reconecta pessoas a lugares, objetos e saberes, contribuindo para uma percepção integradora dos conhecimentos em oposição a uma visão que separa, segrega ou compartimenta informações e experiências. A mediação cultural não busca conformar as mentes ou enquadrar pensamentos em uma determinada visão, mas busca construir saberes de forma conjunta e dialógica. Por meio da mediação, cultura e arte oferecidas de maneira massificada podem ser ressignificadas a partir de reflexões e apropriações do que é visto, as realidades individuais. Isto para que não ocorra um consumo rápido e superficial daquilo que está exposto, mas, sim, para que haja uma incorporação dos objetos, temas e questões à cultura e simbologias dos visitantes.

O processo de mediar deve ter em vista o público, o(s) território(s), a curadoria, a programação, o acolhimento e a reverberação gerada pelo que é apresentado. A arte em si já é uma forma de mediar as relações e os acontecimentos que permeiam o cotidiano, retratando o passado, sendo interpretada no presente e reverberando no futuro. São também dispositivos de mediação os espaços – a que podem excluir ou integrar –, os textos – que devem falar com e não sobre. As visões e perspectivas do texto devem dialogar com o que é exposto –, as mídias e os jogos. Além disso, um ambiente em que há mediação deve gerar acessibilidade física, tanto das instalações quanto no que diz respeito aos preços cobrados para a visitação, acessibilidade cognitiva, que implica em uma apresentação e linguagem que alcancem e sejam compreensíveis a diversos públicos, além de um acesso atitudinal, pelo qual tanto o ambiente quanto a recepção estimulem a busca e a ligação das pessoas com as artes.

A visita mediada/ facilitada é uma experiência abrangente que engloba expectativas pessoais dos sujeitos em relação às atividades oferecidas pelo espaço, articulações entre seus conhecimentos prévios e os conhecimentos obtidos durante a

visita e reverberações que esta experiência gera posteriormente. Ademais, esse conjunto de aprendizagens é influenciado pelos contextos social e espacial que o permeiam. Neste âmbito os serviços educativos se realizam conjugando e confrontando este somatório de experiências e valores. As práticas de mediação estão inseridas no âmbito do setor educativo e ultrapassam a mera justificação institucional, visto que suas proposições utilizam a arte como instrumento de questionamento, autoconhecimento e referencial para a construção de experiências significativas.

3.3 Setor educativo e mediação: um caminho possível para outras formas de ver o Egito Antigo.

A arte como valor não é um bem passível de posse ou venda no âmbito público ou privado. Ainda que obras possam ser comercializadas, seu valor e impacto, sobretudo em exposições as quais o grande público tem acesso, ultrapassam o valor monetário, visto que a relação que a arte estabelece com a cultura, identidade e memória individual e/ou coletiva produz a conversão simbólica do material para o imaterial. No entanto, a vivacidade da arte não se encontra em sua exposição e, sim, em seu encontro com a vida cotidiana. Logo, o espaço expositivo pode e deve configurar-se como um espaço de autonomia dos sujeitos, no qual se estabeleça uma relação dialógica e não somente interpretativa, que agregue contribuições de todos os envolvidos no processo, considerando pertinentes as diversas vivências e fontes de saber.

Os visitantes são parte constituinte do sistema de interpretação da arte. Eles contribuem a partir de suas experiências prévias, culturas de origem, biografias e questionamentos. O setor educativo e suas ações podem oportunizar esses momentos de elaboração e troca de saberes. Também pode promover uma complexificação afetiva, uma vez que pode não só apresentar informações sobre as obras, mas gerar empatia por meio de assuntos transversais e do cotidiano, aproximando público e obras. Tais ações devem ser construídas levando-se em consideração a experimentação, o aprendizado e as motivações e estímulos gerados pelo contato de diversos públicos com obras de arte e bens culturais. As ações educativas são um elemento importante na comunicação de uma exposição.

Sobretudo por propor diálogos entre obras e público, servindo de agente facilitador para a assimilação e interpretação daquilo que está exposto, bem como instigando seu questionamento em alguma instância. Neste sentido,

O trabalho de educador é o de introduzir e gerir o debate, promover a reflexão, lançar questões, mediar, redistribuir as questões surgidas no seio do grupo, ajudar a construir momentos de síntese e consolidação, deixando claro que o papel ativo pertence a cada um dos sujeitos envolvidos no processo (ele incluído), e o processo de construção efetiva só existe enquanto esse papel for desempenhado por todos. O sentido atribuído às coisas é pessoal, uma vez que se relaciona com as estruturas mentais já existentes nos indivíduos e com o tipo de ideias que se encontram na base da interpretação da sua experiência do mundo. Mas também social, uma vez que é influenciado pelos "outros significativos" para o indivíduo (família, grupo de pares, amigos, colegas). (SILVA, 2009, p.135, 136)

A construção das configurações das identidades individuais e coletivas sofre grande influência do sistema educacional vigente. Tal influência manifesta-se não somente na forma como os estudantes compreendem a história e as artes, como também perpassa práticas cotidianas, servindo como referência para a difusão de crenças, valores e padrões que serão incorporados às configurações dos modos de viver dos estudantes. Neste sentido, o uso da abordagem triangular e do cumprimento de leis, como a 10.639⁴⁵, são fundamentais para desarraigar este tipo de visão, sendo as ações externas, como visitas ao cinema, bibliotecas, teatros, museus e centros culturais, ferramentas de suma importância para o desenvolvimento de uma consciência crítica que questione padrões e práticas equivocadas e recorrentes na educação.

Diariamente, somos circundados por imagens veiculadas por mídias diversas que disseminam *slogans* políticos, conceitos, ideias, comportamentos, vendendo produtos etc. A frequência com a qual nos são impostas as imagens, torna ainda mais relevante o entendimento de suas origens e contextos, a fim de tornar consciente o ato de aprender por meio delas. A imagem dá notícias de vivências cotidianas que podem ser desconsideradas ou omitidas em relatos e documentações. Considerando, por exemplo, as sociedades ágrafas, as produções imagéticas e materiais são a maior

⁴⁵ Lei sancionada em 9 de janeiro de 2003 incluída no texto da Lei de diretrizes e bases da educação nacional, esta nova lei prevê a obrigatoriedade do ensino da História e cultura afro-brasileira, não só na disciplina de História, mas, também em todo currículo escolar incluindo a educação artística. Anteriormente a LDB previa a inclusão dos povos indígenas e de matriz africana dentro dos estudos relacionados a História do Brasil, de maneira mais ampla, sendo a lei 10.639 um marco na educação pois respalda legalmente a abordagem de aspectos culturais, sociais e históricos que corroboram a participação do negro na formação cultural brasileira.

fonte de conhecimento a respeito destes povos, sendo assim, a visitação não deve se restringir apenas ao deslocamento de um ambiente a outro, nem ser vista como distração, mas sim como uma possibilidade de instigar e/ou ampliar a visão dos estudantes a respeito da arte e das imagens que circundam seu cotidiano através de fricções.

A visitação pode gerar experiências que ampliam a percepção não só a respeito da arte como também a respeito do mundo no qual está inserida. Portanto, pode se compreender que também é papel da escola ampliar o repertório cultural de seus estudantes sendo a arte um meio pelo qual isso pode ocorrer. Quanto mais rica de experiências significativas for a exposição mais válido será o aproveitamento de seus conteúdos posteriormente nas aulas e na vida de quem a experiencia. A existência de sujeitos reflexivos perpassa o tipo de educação que recebem. No processo de ensino e aprendizagem, é importante observar tanto um contexto mais amplo quanto as questões individuais em uma sociedade, por assim dizer, imagética. A educação do olhar oportuniza a formação de indivíduos críticos. Nesse sentido, a arte propicia ferramentas que abrangem ao mesmo tempo aspectos individuais e coletivos. A inserção das artes no contexto escolar, seja enquanto disciplina, seja enquanto atividade extracurricular como em oficinas, ateliês ou visitas mediadas a exposições, promove a dissolução de visões essencialistas que reduzem ou simplificam estruturas tão complexas quanto a cultura e as relações sociais.

A arte deixa marcas nas pessoas pela qualidade das experiências subjetivas que suscita baseada nos elementos de sua cultura e sociedade de origem, ora refletindo e reforçando seus valores e concretizando-os, ora problematizando-os ou rompendo com eles, promovendo a apropriação e/ou resignificação de objetos, imagens, discursos, textos, do corpo, além de tecnologias de comunicação, entre outros elementos. Portanto, a produção artística não funciona exatamente como um reflexo exato da sociedade, mas, sim, como um mapeamento das formas utilizadas pelo homem para expressar seus valores, transformar seus modos de existir, bem como problematizá-los, gerando, assim, um cenário descontinuado de constantes mudanças. Logo, a criação de arte tem como ponto de partida não só o contexto sociocultural, mas também o diálogo e a vivência de quem a produz. Essa união de realidades semelhantes e distintas reverberam nas linguagens utilizadas, no posicionamento dos artistas, no conceito e sistema de arte, assim como no público. A arte, mais do que uma experiência estética, proporciona oportunidades de reflexão,

gera questionamentos e expande a visão do mundo. Diante disso, o contato com a arte faz com que os indivíduos olhem para si e para o outro sob novas perspectivas. Deste modo, desigualdades, injustiças e preconceitos enraizados social e culturalmente são problematizados a partir de uma visão que questiona e enxerga tais questões como construções históricas e culturais e não como fatores naturais inerentes.

A aproximação entre os sujeitos e as produções de arte em suas linguagens diversas pode oportunizar a reprodução ou a refutação de estruturas do imaginário que difundem estereótipos. Uma abordagem que busque romper com estereótipos contribui para a reelaboração das referências que estudantes e professores possuem a respeito do papel e do lugar dos povos africanos na construção da história e cultura humana, já que a observação do passado não ocorre de maneira desvinculada do tempo presente. Sendo assim, a busca pela compreensão da história, cultura e arte desses povos gera experiências que dialogam com as referências da história, cultura e arte que circundam nosso cotidiano.

A arte constitui-se não só como prática, mas também como conhecimento. O mero fazer ou reproduzir sem contextualização reforça o estigma sobre as artes, gerando, em muitos casos, a perda de interesse dos estudantes. Portanto, separar teoria e prática gera um esvaziamento de sentido na medida em que o saber fortalece a prática e a prática perpetua e amplia o saber. Existe uma profunda ligação entre a história e a arte, sendo a arte uma das ferramentas mais utilizadas pelo homem para expressar suas formas de ser e estar no mundo. O estudo de sua produção ao longo dos séculos faz-se necessário a fim de melhor compreender o surgimento de simbologias e significados expressos nas diferentes linguagens da arte no decorrer do tempo, pois a fragmentação das linguagens das artes parte de uma determinada cosmovisão que não se encaixa nos modos de viver de muitos povos, como os egípcios, por exemplo. Neste sentido, a inserção de História da Arte nos processos de mediação e no setor educativo apresenta as obras em seus respectivos contextos, amplificando a compreensão sobre elas ao mostrá-las como parte de um cenário político, histórico e cultural, o que faz sua razão de ser adquirir sentido mais completo, ou seja, seu significado não é isolado de seu contexto, mas está ligado a um determinado tempo, lugar e cultura que justificam suas cores, formas e simbologias.

A introdução da História da Arte no âmbito escolar contribui para um ensino de artes visuais que transpõe a mera apresentação da biografia dos autores de obras

renomadas, pois, possibilita a ampliação da imaginação e dos processos criativos conforme tais conhecimentos ampliam o repertório imagético dos estudantes. O processo criativo inaliena os indivíduos na medida em que os humaniza, sendo, portanto, papel do ensino de arte a criação de espaços de saber teórico-prático que geram fruição e compreensão, expandindo as informações sobre estilos, técnicas e movimentos em seus respectivos contextos, oportunizando uma melhor compreensão das produções artísticas, permitindo que os estudantes identifiquem simbologias, mudanças e permanências de diferentes momentos históricos na cultura visual contemporânea, bem como delas se apropriem e inspirem para conceber suas próprias criações, facilitando, assim, uma prática consciente e contextualizada dos diferentes estilos e linguagens da arte e não a reprodução de cópias de obras famosas deslocadas de seu tempo e sentido.

Portanto, estudar História da Arte é estudar a história do próprio homem, visto que a arte reflete em si as questões religiosas, econômicas, sociais e políticas que caracterizam o período em que foi concebida. A compreensão da História da Arte transforma o olhar pois situa os objetos em seu tempo e espaço, bem como analisa seu valor e formas de apropriação no tempo presente. Além disso, a análise histórica da Arte contribui no processo de identificação de diversos elementos característicos de grupos e sociedades do passado e do presente, e de como estes constroem iconografias que representam e/ou expressam sua cosmovisão. A inserção da História da Arte no ensino ainda possibilita uma observação que parte do particular para o geral, pois é possível analisar costumes, pensamentos, visões e práticas coletivas por meio do posicionamento individual do artista que os reforça ou se opõe a eles em suas obras.

O contato com a História da Arte enriquece a prática artística na escola além de tornar tal prática significativa, dado que confere um sentido às atividades propostas. A partir do conhecimento em História da Arte o estudante pode compreender o contexto histórico em que surgiram as obras de arte, bem como compreender e identificar características estilísticas. A História da Arte possibilita aos estudantes vislumbrar o tempo e o lugar nos quais as obras se situam demonstrando, assim, que arte e cotidiano não são esferas desvinculadas. Experiências estéticas, como a possibilidade de entrar em contato com obras de arte em exposições, amplia a compreensão da arte como disciplina e conhecimento. Para além da produção de imagens ou releitura destas, tais experiências reforçam o gosto por aquilo em artes

que já é conhecido e abre caminhos para se apresentar ou introduzir artes menos conhecidas ou apreciadas.

Ainda que as visitas a espaços expositivos propiciem experiências estéticas significativas, elas não são fonte do único contato com a arte e com a experiência estética aos quais os estudantes têm acesso. Neste sentido cabe aos mediadores e professores elencar e enriquecer tais experiências, a fim de que aqueles se tornem conscientes e reflexivos acerca de tais vivências, tanto no ambiente escolar quanto nos momentos de visita a espaços de exposição, pois o contato com a arte e sua história amplia o repertório imagético e aumenta o potencial criativo e imaginativo dos sujeitos.

A arte possui um escopo flexível, ou seja, durante o processo de construção dos saberes e fazeres artísticos, o objetivo delimitado não é rígido. Durante a ação, podem surgir novos caminhos e possibilidades. Sendo assim, o próprio processo torna-se uma forma de ensinar tanto quanto a obra concluída. Daí a importância da conjugação da apreciação estética e do fazer artístico em oficinas e/ou ateliês que não trabalhem com metas, mas sim com processos e propósitos. Neste sentido, a integração entre educação e História da Arte propicia uma visão mais ampla de como ocorrem estes processos ao longo do tempo, oferecendo um panorama das contribuições da arte para as questões sociais, políticas e culturais, bem como refletindo-as em suas produções. Assim, a mediação e as ações educativas podem apropriar-se de obras e exposições que representam uma visão eurocentrada como ponto de partida da mesma, como no caso da exposição *Egito Antigo: do cotidiano a eternidade*, que apresenta a visão do Museo Egizio sobre a cultura egípcia. O objetivo da exposição não é mostrar exclusivamente as formas de viver e morrer dos egípcios, como também apresentar o olhar do Museo Egizio acerca desses temas, como explicita um dos curadores da mostra, Paolo Marini:

O resultado desse trabalho compreende duas narrativas: a história única e irrepetível do museu e a história do antigo Egito, ilustrada nos objetos expostos e, portanto, no ponto de vista do museu. (MARINI, 2019 p.12)

Marini também classifica em alguns trechos de sua fala os artefatos egípcios selecionados pelo Museo Egizio como superiores. Para que haja uma classificação de objetos e obras como “superiores” ou “inferiores”, faz-se necessária a compreensão de que há uma multiplicidade de perspectivas possíveis para se

observar e analisar a história e a cultura de um povo. Não há neutralidade na diferenciação e desvalorização de determinadas culturas e histórias. As visões simplistas ou exotizadas a respeito de um povo, como acontece no caso dos egípcios, imprime e perpetua uma visão reducionista e estereotipada. Neste sentido, o setor educativo pode propiciar um olhar mais profundo e abrangente que se contraponha a uma perspectiva fechada construída pela curadoria.

Ao se referir aos textos da exposição *Egito Antigo: do cotidiano a eternidade*, o curador Pieter Tjabbes aponta o uso de uma linguagem didática acessível aos não iniciados no campo da História da Arte, indicando que aqueles que desejam se aprofundar no tema tem como possibilidade o acesso ao catálogo.

Procuro escrever os textos da exposição da forma mais didática, para que todos os visitantes encontrem algum conhecimento complementar. Quem realmente quer se informar de uma forma mais profunda tem sempre um catálogo, também disponível na internet. (TJABBES & SILVA)

O próprio olhar da curadoria da exposição Egito Antigo parte de uma perspectiva pautada pelo olhar europeu acerca da civilização egípcia. Em vista disso, buscou-se partir de um ponto de vista decolonial, pois, apesar de sua qualidade estética os objetos egípcios não tinham como propósito a exposição para apreciação. Ao serem retirados de seu local de origem, eles foram deslocados de suas funções originais. Portanto, fez-se necessário um olhar de apreciação da beleza sem, no entanto, deixar de lado a problematização requerida para esse tipo de exposição, incluindo também, nesta visão, o material educativo. Neste sentido, a inserção de conhecimentos e informações de História da Arte, bem como de outras áreas por meio da mediação e ações educativas, amplia as possibilidades de entendimento e aprendizado para além do que está contido na proposta curatorial.

Desde a formação dos educadores - na preparação para a exposição - desdobrando-se nas visitas e programação, buscamos trabalhar a exposição por uma perspectiva decolonial. Para isso, além da conversa com o curador da exposição (prática regular do nosso programa de formação), a equipe de educadores participou de uma formação com o filósofo Raphael Arah, cofundador do Geru Maa, laboratório de pesquisa da UFRJ dedicado à Filosofia Africana no Brasil. Com o Raphael, visitamos a exposição e conhecemos a história do Egito a partir da filosofia kemética. Essa formação, restrita à equipe de educadores, foi muito importante para ampliar nossas perspectivas com a exposição e, com isso, tecer as visitas e atividades educativas com os públicos do CCBB. (BOING & SILVA, 2022)

A imposição de um modo único de estabelecer um olhar sobre o “outro” negligência as variadas formas de existir, bem como a educação como processo múltiplo, minimizando ou apagando os diversos pontos de vista e saberes. Reconhecer a pluralidade presente neste processo e na própria equipe do educativo formada por profissionais de áreas distintas possibilita a integração das diferentes áreas de conhecimento, promovendo um trabalho multidisciplinar na medida em que as variadas formações, origens, cronologias e contextos pessoais podem servir de referência para uma produção de conhecimento mais ampla. Nas palavras da arte educadora Maria Clara Boing, responsável por coordenar o setor educativo do CCBB RJ, em se tratando da exposição *Egito Antigo: do cotidiano a eternidade*:

O programa educativo fazia uma curadoria da programação, convidando artistas, pesquisadores e diferentes profissionais para ministrar essas oficinas. No contexto de Egito Antigo, achamos importante olhar criticamente para o fato de estarmos em contato com um acervo de objetos do Egito Antigo pertencentes a um museu europeu. Com isso, para uma ação chamada “Laboratório de Crítica” convidamos as pesquisadoras Karine L. Narahara e Aza Njeri para trabalhar o tema “Revisitando Museus”, compartilhando seu trabalho sobre os museus como espaços de construção da ideia de um “Outro” (não Ocidental), em diálogo com a exposição. (BOING & SILVA, 2022)

Tanto na unidade de São Paulo quanto na unidade do Rio de Janeiro, as atividades relativas à exposição se organizaram em três frentes principais: visitas mediadas, capacitação (de profissionais externos e da própria instituição) e os lugares de criação focados em propor e estimular os processos criativos e o fazer artístico. O museólogo Cauê Donato, coordenador da equipe do CCBB Educativo da unidade de São Paulo, na época da exposição, e Maria Clara Boing apontam que as megaexposições apresentam certas especificidades que se estendem também ao setor educativo e à atuação da mediação. No entanto, como pontua Donato, ainda que o ponto de partida seja a expografia concebida pelos curadores, a visão do educativo contrapôs-se a da curadoria, considerando que a proposta do educativo para a exposição não visava uma complementação do conteúdo selecionado pelo curador, mas, sim, buscava apontar o trajeto tradicional como ponto de partida para alternativas de percursos diversos.

A proposta curatorial nos serviu de eixo disparador e, algumas vezes, de ponto comum. Todos sabíamos que havia uma proposta clara e objetiva, ao passo que a sua existência não anula a inspiração ou criatividade das

propostas educativas. Evidente que o desenvolvimento de nossas ações não eram um complemento, mas uma indicação, como se, ao visitante, para além do trajeto tradicional - aquele proposto pela curadoria - houvesse o indicativo de vários outros e que o mesmo poderia decidir qual caminho tomar. (DONATO & SIVA 2022)

Não se tratou de excluir ou negar por completo as estruturas já estabelecidas no sistema organizacional da exposição, mas, sim, compreender que não existe uma visão única, tampouco apenas uma vertente ou narrativa possível para explicar ou analisar um assunto. Ainda que exista um percurso fixo bem definido pela curadoria, o educativo pode fornecer caminhos possíveis e não corroborar com seu discurso unilateral. Ele pode estimular o diálogo entre as diferentes formas de ver e interpretar. Donato aponta a flexibilização das possibilidades geradas pela exposição por meio da contraposição que as ações do educativo fizeram em relação a um discurso mais objetivo e direcionado da curadoria, bem como ressalta a importância da pluralidade da equipe nesse processo, ponto também sinalizado pela arte educadora Maria Clara Boing.

Donato ressaltou, ainda, que exposições de menor porte oportunizam maiores intervalos para a reflexão entre os períodos de prática, enquanto nas megaexposições estão postos cronogramas, prazos e processos que tornam a mediação menos flexível, visto que os planos de trabalho propostos se apresentavam de forma mais restrita. O setor educativo da unidade de São Paulo do Centro Cultural Banco do Brasil atuou, nas palavras do museólogo Cauê Donato, proporcionando experiências estético-sensoriais por meio da relação entre conteúdo e práticas artísticas, servindo como contraponto à narrativa curatorial, expandindo os diálogos possíveis dentro do recorte da exposição.

A proposta curatorial nos serviu de eixo disparador e, algumas vezes, de ponto comum. Todos sabíamos que havia uma proposta clara e objetiva, ao passo que a sua existência não anula a inspiração ou criatividade das propostas educativas. Evidente que o desenvolvimento de nossas ações não eram um complemento, mas uma indicação, como se, ao visitante, para além do trajeto tradicional - aquele proposto pela curadoria - houvesse o indicativo de vários outros e que o mesmo poderia decidir qual caminho tomar. (DONATO & SILVA 2022)

Já a arte educadora aponta o grande fluxo de visitantes como principal diferença entre exposições de grande e pequeno porte. O caminho linear percorrido pelos indivíduos durante sua visita à exposição, sem a possibilidade de retorno a salas já visitadas, possibilitava uma afluência ininterrupta de grupos previamente

agendados e/ou visitantes espontâneos, acelerando e encurtando o tempo de permanência nos espaços, bem como a capacidade de apropriar-se e refletir acerca das imagens e experiências vividas. A aceleração do tempo condiz com uma cultura tecnicista que busca resultados mensuráveis a curto prazo, trabalhando com prazos e dados que uniformizam e enquadram diferentes indivíduos em padrões pré-determinados. No entanto, as artes ensinam a adquirir possibilidades de ação e reflexão sob um âmbito qualitativo e não quantitativo. Não se trata de números e ritmos de produção e, sim, de observação e construção. Os resultados produzidos pela arte são, em primeiro lugar, subjetivos, afetando sujeitos individualmente, modificando pensamentos e visões que posteriormente podem estender-se à coletividade. A arte não busca um fim em si mesma. Mais que produzir obras, o próprio processo de construção delas gera saberes e oportuniza transformações.

Boing ainda aponta que foi necessária uma preparação vocal com uma profissional do teatro com o objetivo de capacitar os mediadores a posicionarem-se e projetarem a voz a fim de alcançar o grande público em meio a inúmeras referências sonoras. Além disso, um percurso mais livre pelos espaços não foi possível devido à grande circulação de visitantes, o que de certa forma restringiu o número de percursos possíveis, tornando o sentido da visitação linear, já que

Essa circulação mais livre pelo espaço expositivo, que também inclui sentar no chão e se demorar em algum ponto específico da exposição, é interessante para a mediação na medida em que possibilita uma maior diversidade de práticas e narrativas para a visita, tecidas por meio do encontro do educador com o grupo. Além disso, também facilita uma logística de agendamento de visitas, podendo realizar dois ou três grupos simultaneamente; enquanto um grupo começa a visita no início da exposição, outro inicial pelo final. Em uma megaexposição esse fluxo já não é possível, a circulação de público é muito maior e o percurso de todos os visitantes, incluindo os grupos acompanhados por educadores, seguem o caminho linear das salas, sem possibilidade de retorno a uma sala uma vez que já tenha passado por ela. Isso era importante para garantir o andamento da fila de visitação, que costumava ser constante durante o todo o dia, e quando a primeira sala expositiva esvaziava, um determinado número de pessoas da fila podia entrar. (BOING & SILVA, 2022)

Dentre as ações do educativo do CCBB RJ da exposição *Egito Antigo: do cotidiano à Eternidade*, vale destacar a Semana do Educador, ação que promoveu a visitação prévia de professores ao ambiente da exposição, possibilitando o diálogo entre estes e os educadores do CCBB, bem como um tempo de reflexão a respeito dos conteúdos da exposição, gerando para o professor a oportunidade de regresso com um grupo, estando munido de conhecimento e familiaridade com a exposição e

as propostas do setor educativo. Este contato prévio do professor com a instituição potencializa as ações posteriores promovidas pelo setor educativo durante a visitação.

Em Egito Antigo, realizamos a Semana do Educador, que aconteceu na semana de abertura da exposição, convidando os professores a serem os primeiros públicos a visitar. O que vejo como um posicionamento importante do programa, principalmente em megaexposições como Egito, garantindo que os professores sejam os primeiros a ter esse acesso. A Semana do Educador é uma ação interessante e que potencializa as visitas educativas, uma vez que o professor tinha a oportunidade de conhecer e refletir sobre questões da exposição - em diálogo com o educador do CCBB - antes de visitar a exposição com o grupo de estudantes. Nesses casos, muitas vezes, quando voltavam com o grupo, os professores que já conheciam a exposição se engajavam nas propostas de visitas dos educadores do CCBB. (BOING & SILVA 2022)

O setor educativo deve promover espaços que gerem um pensamento crítico não só no público que visita a exposição como também nos profissionais que a mediam. Com base nas informações coletadas por meio de entrevistas⁴⁶, é possível observar que, na exposição Egito Antigo, a questão do olhar sobre o outro foi um dos eixos trabalhados na preparação de mediadores e funcionários do educativo. Essas, dentre outras ações, serviram de contraponto ao discurso curatorial, indo em diversas direções, mas tendo por base uma perspectiva decolonial. A equipe de educadores do CCBB RJ recebeu uma formação que revisitou a história egípcia com embasamento na filosofia africana. Tal formação buscou ampliar a visão a respeito do Egito rompendo com estereótipos difundidos por uma perspectiva de história única e eurocentrada.

A colonialidade do saber estará representada pelo caráter eurocêntrico do conhecimento moderno e sua articulação às formas de dominação colonial/imperial. Essa categoria conceitual refere-se especificamente às formas de controle do conhecimento associadas à geopolítica global traçada pela colonialidade do poder. Nesse sentido, o eurocentrismo funciona como um locus epistêmico de onde se constrói um modelo de conhecimento que, por um lado, universaliza a experiência local europeia como modelo normativo a seguir e, por outro, designa seus dispositivos de conhecimento como os únicos válidos. (QUINTERO, FIGUEIRA & ELIZALDE.2019 p.7)

Sob esta perspectiva, a importação de uma exposição não se torna algo incomum. Portanto, neste caso faz-se necessário um olhar decolonial por parte dos

⁴⁶ Foram entrevistados a arte educadora Maria Clara Boing, responsável pela coordenação do setor educativo do Centro Cultural Banco do Brasil Rio de Janeiro, e o museólogo Cauê Donato, coordenador do Educativo do Centro Cultural Banco do Brasil São Paulo. Essas entrevistas realizadas no ano de 2022 encontram-se como anexo do presente trabalho.

membros que integram a equipe do setor educativo, pois mesmo que uma exposição seja formada por objetos e obras provenientes de empréstimos e permutas, é possível construir uma narrativa que promova a reflexão sem a necessidade de uma apropriação ou mera reprodução de uma narrativa já construída, levando em consideração práticas e saberes locais.

No caso do pensamento pós-colonial, gerido e pautado entre intelectuais latino-americanos, o que se propõe é justamente estranhar a forma como ainda hoje construímos nossos conhecimentos e ações em diversos campos, pautados por um pensamento colonizador. Esse estranhamento nos leva ao passo seguinte, que é o reconhecimento de que nossos saberes e currículos são igualmente colonizados e, que, portanto, uma decolonização é necessária no âmbito de quem atua numa perspectiva que busca o protagonismo latino-americano. (GIL & MEINERZ, 2017 p.20-21)

Com base nesta lógica, é possível compreender que no caso da exposição *Egito Antigo: do cotidiano a eternidade*, as visitas mediadas, os cursos, workshops, oficinas e ateliês, dentre outras iniciativas promovidas pelo Centro Cultural Banco do Brasil, constituem-se como estratégias educativas concebidas pela equipe de profissionais de seu setor educativo. Tais estratégias são complementadas e/ ou amplificadas por meio de catálogos da exposição, cadernos de atividade, guias expositivos e almanaques que buscam lançar um olhar que transponha a visão e a cultura do curador Pieter Tjabbes e do Museo Egizio, de onde foram trazidas as obras, a fim de reinterpretar tal exposição, visando, ainda, levantar reflexões que melhor se enquadrem na cultura e no contexto brasileiro.

O material educativo é um complemento à ação educativa, portanto, não é válido por si só. Existe a necessidade de adaptação do mesmo dentro das dinâmicas da exposição, contemplando as características do público. Sendo assim, a mediação cumpre um papel ativo na promoção do diálogo entre público e material, conferindo a este outras possibilidades de uso junto aos visitantes a partir de suas demandas, tendo em vista que públicos distintos possuem diferentes percepções do material educativo, o que provoca que suas finalidades nem sempre sejam percebidas com aqueles que interagem com ele, podendo também ser interpretado para além das propostas concebidas por seus idealizadores. Portanto, desde sua concepção, devem levar em consideração para além das demandas institucionais, o contexto e público em que e para o qual está direcionado, englobando em si questionamentos e diálogos que carreguem em si possibilidades de engajamento entre o público e a mostra a qual o material pertence.

O material educativo da exposição *Egito Antigo: do cotidiano a eternidade* se autodenomina como um convite à prolongação, ativação e aprofundamento dos conteúdos abordados pela exposição, trazendo uma série de questionamentos e instigando o leitor a analisar e refletir sobre as mudanças, permanências e semelhanças entre os costumes e cultura egípcia em relação aos modos de viver dos dias atuais: o que pode ser igual e o que pode ser diferente? O que era importante para eles ainda é importante para nós? As crenças e valores são os mesmos?

Ao longo do texto, o material convida constantemente o leitor a comparar sua realidade com a dos antigos egípcios, bem como pensar nas configurações do seu cotidiano, criando paralelos entre a história do Egito Antigo e a história do Brasil, também das Américas, destacando as semelhanças existentes entre os sistemas de comunicação simbólicos e pictográficos dos primeiros povos que a habitaram – como os Maias e Astecas – e o sistema comunicacional dos antigos egípcios. Além disso, o material por meio da proposição de exercícios de imaginação a respeito das mudanças da paisagem e sobre a passagem do tempo, promove uma reflexão acerca da noção de transitoriedade, instigando o leitor a imaginar de forma ativa as mudanças sociais, políticas, culturais e geográficas ocorridas em seu entorno ao longo dos últimos anos.

Tente imaginar as mudanças ocorridas na sua cidade e no nosso país desde que você nasceu. Imagine, agora, as transformações desde que seus pais eram ou ainda crianças, seus avós. Você consegue perceber quanta mudança cabe em três mil anos? (*Egito Antigo: do cotidiano à eternidade*, o ProgramaCCBB Educativo – Arte & Educação, 2020, p.3)

O material ainda ressalta a importância da Arte egípcia na transmissão de padrões estéticos e simbólicos, e como estes revelam crenças e valores que podem ser transmitidos por meio das imagens através do tempo, chamando a atenção para o processo de construção das imagens dos faraós e ressaltando que as representações possuíam caráter simbólico, na medida em que se destacavam valores e atributos relevantes para a cultura egípcia que nem sempre condiziam com as imagens dos reis como de fato eram. É visível o convite a se fazer uma “curadoria” pessoal em relação às imagens de si mesmo e o que se deseja transmitir para as gerações que sucederam. Tal proposta, constantemente reforçada, está alinhada com a visão de vida compartilhada pelos egípcios.

Os egípcios pensavam que os deuses habitavam nas estátuas. As esculturas e pinturas que homenageavam os soberanos não representavam em detalhe as pessoas, mas valores atemporais, como a força e a juventude. Se você fosse escolher **uma imagem sua que pudesse atravessar os tempos**, como seria? **E se junto com esta imagem você pudesse contar sobre suas características pessoais**⁴⁷, o que não poderia deixar de ser dito? (Egito Antigo: do cotidiano à eternidade, o Programa CCBB Educativo – Arte & Educação, 2020 p.8)

O texto do almanaque também chama a atenção para a questão da leitura, não só de textos como também de imagens, e como estas refletem pensamentos, valores e crenças que se desejam perpetuar e repassar às próximas gerações. Neste sentido, se instiga uma reflexão acerca de padrões estéticos e valores simbólicos que as produções imagéticas de cada povo carregam em si.

Por que conversar sobre a vida no Antigo Egito diz respeito às nossas próprias vidas? (...) Refletir sobre as transformações de pessoas, ideias, povos e cidades no decorrer dos tempos pode ser importante para considerarmos a possibilidade sempre aberta de transformarmos nossas visões de mundo, atitudes, escolhas e crenças. Que histórias de agora você quer guardar e mostrar em exposições de arte para as futuras gerações? O que não pode ser esquecido e precisa ser lembrado? (Egito Antigo: do cotidiano à eternidade, o Programa CCBB Educativo – Arte & Educação, 2020 p.25)

Portanto, podemos compreender que os materiais educativos produzidos para o público da exposição constituem-se, ao mesmo tempo, como ponto de partida para ampliar as discussões e suporte para as experiências e questões já existentes, e para incitar novas formas de pensar a respeito do cotidiano. Podendo apresentar-se em formato digital ou físico, os repertórios e temas propostos pelo material educativo são ampliados quando os sujeitos se apropriam deles e fazem atribuições expandindo o alcance de suas significações. Tais materiais impressos ou digitais resgatam memórias individuais e coletivas, contribuem para a aprendizagem de conceitos, além de estimular uma investigação mais profunda a respeito dos temas que circundam a exposição. Neste sentido, o material educativo complexifica as narrativas das quais se originou – um espetáculo, um filme, uma exposição –, evitando repetir os mesmos caminhos, lançando indagações que impulsionam novos olhares e novas formas de compreensão sobre os objetos. Por meio do Almanaque da exposição *Egito Antigo: do cotidiano a eternidade*, são feitas pontes, ligações e indagações que relacionam uma civilização tão antiga quanto a egípcia, com uma realidade distante geográfica e cronologicamente em relação ao Brasil do século XXI.

⁴⁷ Grifo feito pela autora da dissertação.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em sua versão moderna, os centros culturais surgiram em associação às figuras de museus e bibliotecas quando estes deixaram de ser somente locais de conservação de objetos e passaram à condição de produtores e difusores de arte e cultura. Diante de um cenário pouco promissor para o campo da cultura, como o vivenciado nas décadas de 1980 e 1990, é possível afirmar que o patrocínio advindo de grandes empresas propiciou a concretização da entrada do Brasil nesse circuito de megaexposições internacionais em conformidade com os valores da política neoliberal vigente. Muitos destes centros culturais originaram-se com o intuito de promover marcas e instituições.

Dentre as estratégias de marketing voltadas à promoção das instituições, foram concebidas as exposições blockbusters. Estas geraram e geram uma comoção que mobiliza um grande fluxo de pessoas entre as instituições culturais. Houve também uma diversificação e amplificação das funções e formas de atuação da curadoria graças a essa propagação da cultura do espetáculo, sendo o curador um articulador dos diferentes interesses de artistas, instituições e público que divergem e convergem nas exposições.

este profissional se porta como um régisseur do espetáculo, constituído pelas grandes retrospectivas e exposições internacionais como Kassel, Veneza ou São Paulo. O projeto do evento reflete, desta forma, "seu" ponto de vista pessoal, a maneira como esse curador pinça um fragmento ou um enfoque da produção artística a fim de corporificá-la, através de um grande show, hoje autogerador de renda, lucrativo mesmo. E que se insere, como um entretenimento, entre as múltiplas fontes para a distração do cidadão urbano de nossa aldeia global. (AMARAL p.1-2 1988)

Essa configuração de prática curatorial constroi narrativas que reforçam a imagem e os valores da instituição diante da audiência. Sendo assim, o foco deste tipo de curador se concentra mais em seu patrono do que nos artistas expostos ou no público. Seu olhar está a serviço da formação de um cartão de visita e/ou uma propaganda que exalte de forma implícita ou explícita a instituição da qual faz parte. E qual melhor forma de se propagar uma imagem do que por meio de uma exposição? Como aponta Hoffmann (2017), “a exposição é o principal produto da curadoria, é um argumento discursivo que se faz por meio da apresentação de obras de arte”.

No entanto, esse modelo de exposição espetacular possibilitou o acesso a obras raras e/ou de pouca ou nenhuma circulação, contribuindo para a aproximação entre o grande público e obras de acesso mais restrito, como a arte egípcia vinda do acervo de um museu italiano, como ocorreu na exposição *Egito Antigo: do cotidiano à eternidade* do Centro Cultural Banco do Brasil.

As megaexposições expuseram a necessidade de se criarem espaços de convergência entre arte e educação na medida em que o público escolar demonstrou ser o maior influenciador dos altos índices de visitação, aumentando as estatísticas que comprovam o sucesso que corresponde às expectativas dos patrocinadores. A quantidade de visitantes, no entanto, não é sinônimo de qualidade de fruição. Tanto o conforto do ambiente quanto o espetáculo oferecido pela exposição atraem o grande público para o espaço do centro cultural. Neste sentido, há uma crescente preocupação do setor educativo em relação à forma como o visitante recebe a mostra. Assim, há uma diversificação de programações a fim de alcançar públicos distintos. Essas ações ocorrem dentro de uma visão que enquadra o visitante como consumidor. Deste modo, é necessário atraí-lo a fim de que ele retorne. No entanto, as programações e ações educativas não se resumem somente a isso. Ao passo que o visitante demonstra um interesse cada vez maior em participar ativamente das exposições e não só as contemplar, vem daí também o sucesso das megaexposições, uma vez que em sua maioria apresentam e propõem obras/atividades interativas. A visitação a essas megaexposições – com preços baixos ou gratuitas em sua maioria – pode ser o momento em que um primeiro contato com a arte é estabelecido. Este contato pode instigar uma busca por conhecimento em relação às obras, ao artista ou ao sistema de arte de maneira mais ampla, popularizando a arte.

No entanto, tal sucesso de marketing e, conseqüentemente, comercial não exclui os benefícios educativos que uma pedagogia questionadora pode gerar. As visitas guiadas, atividades de mediação e proposições do setor educativo podem não só informar, mas também formar e transformar processos de aprendizagem pessoais e coletivos. Ainda que a base das megaexposições seja o espetáculo, isto não anula a capacidade de comunicação, transmissão e produção de conhecimento, uma vez que uma exposição mais verossímil em que se possa ver, tocar, sentir etc. desperta de forma conjunta os aspectos cognitivos e sensoriais, aprofundando o processo de aprendizagem ao atrelar conhecimentos e sensações que atingem diferentes tipos de visitantes, que são levados a contemplar através de objetos de grandes dimensões e

impacto visual – como no caso da pirâmide que abre a exposição *Egito Antigo do cotidiano à eternidade* –, refletir – por meio dos textos, rodas de conversas, cursos, workshops – e interagir – objetos que podem ser tocados, modificados, em que se pode entrar etc. Para além da mera observação do que está exposto, as ações educativas podem propor questões mais amplas que perpassam o entendimento do que é a arte dentro da cultura.

Uma compreensão mais abrangente da arte gera benefícios para as relações sociais, pois promove a compreensão dos sujeitos a respeito de si mesmos e do outro, pois, para além do fazer manual, a Arte compreende um trabalho intelectual que afeta os sentidos e a razão. Ao disponibilizar exposições de arte de forma gratuita, os centros culturais facilitam o acesso do público a imagens, sensações e reflexões que contribuirão em sua jornada pessoal e social de construção de conhecimento.

Por conseguinte, o centro cultural pode ser entendido não só como um lugar de espetáculo, mas também como um lugar político e público que, mesmo podendo estar a serviço do marketing institucional, produz conhecimento, gera reflexão e preserva a cultura, a memória e a arte. Como instituição que também exerce um papel educacional – ainda que informalmente a –, o centro cultural configura-se como um espaço em que são agregados valores à formação coletiva e individual. A existência de sujeitos reflexivos é definida em grande parte pelo tipo de educação, informação e formação as quais tais sujeitos têm a possibilidade de acessar. Portanto, os centros culturais, sobretudo os mais populares como o Centro Cultural Banco do Brasil, exercem influência na trajetória e história de seu público.

Ainda que o Centro Cultural Banco do Brasil represente uma estratégia de Marketing cultural que busca disseminar uma imagem positiva do banco do qual recebe parte de seu capital, as megaexposições promovidas por ele oportunizam o contato de estudantes e do público em geral com obras e artefatos que de outro modo, para muitos, não seria possível. Não se trata de criar ou acirrar disputas entre arte e cultura popular e arte e cultura erudita, mas, sim, de uma tentativa de somar ao que já está posto, aquilo que indivíduos e grupos trazem consigo ao visitar o centro cultural, visando também enriquecer suas subjetividades ao apresentar culturas e produções artísticas distintas daquilo que costumam observar, produzindo assim questões que reverberam para além do que se apresenta em seu cotidiano.

Portanto, não será a escola ou o centro cultural que farão a apresentação de uma experiência estética aos indivíduos, sendo estudantes ou não. Esses espaços

contribuirão para criar novas experiências e conscientizar de que o que foi/ é vivido nos espaços de educação formal e não formal são experiências estéticas. Essa compreensão poderá amplificá-las em sua qualidade. Neste sentido, a inserção da História da Arte, tanto no contexto escolar quanto no contexto dos aparelhos culturais, contribui para o aprofundamento do contato com as obras na medida em que situa cada produção em seu tempo e lugar.

Tal contextualização é fundamental para que haja um entendimento mais amplo a respeito da produção em arte como produto da sensibilidade do artista, mas também como fruto de seu tempo histórico. Em uma exposição como *Egito Antigo: do cotidiano à eternidade*, a inserção da História da Arte possibilita o entendimento de que não só ocorreram transformações das expressões artísticas ao longo do tempo, como também essas transformações se deram e se dão ligadas ao cotidiano e a histórias pessoais, pois a História da Arte não ocorre isolada da História humana. As formas de expor arte estão diretamente ligadas aos conceitos que permeiam os modos de ensiná-la na sociedade, visto que a arte aguça a curiosidade que propulsiona a busca pelo conhecimento, gerando a apreensão e análise dos ambientes que circunscrevem a realidade dos indivíduos, sendo também uma forma de mediar a relação entre o homem e o mundo que o circunda.

Sendo assim, instituições culturais oriundas da iniciativa privada, como o Centro Cultural Banco do Brasil, e espaços educativos estatais, como as escolas públicas, terminam por estabelecer parcerias diretas e indiretas na construção do processo de ensino e aprendizagem, pois, para além da transmissão de informações à educação formal, podem promover a conscientização e a transformação, tendo como ponto inicial a realidade dos educandos e expandindo a partir daí suas perspectivas. O ensino de artes pode colaborar com este processo ao proporcionar experiências por meio de instituições como o centro cultural, que difunde o ensino e o conhecimento de maneira informal, apoiando, deste modo, a formação de cidadãos participativos e cientes de seus direitos e deveres. Tendo em vista que o centro cultural se constitui como um espaço onde são manifestas intencionalidades e escolhas, não somente de curadores e artistas como também do próprio público, o setor educativo e a mediação agem para promover a inclusão por meio da valorização das habilidades individuais para interpretar as obras de arte, de modo que cada pessoa parta de seus próprios contextos, favorecendo, assim, a produção de sentido.

Logo, o setor educativo constitui-se como lugar de partilha de sentidos, no qual o foco não se concentra no objeto em si, mas, sim, em sua capacidade de transmitir ideias e conceitos culturais, bem como em seu potencial comunicativo, situando-se em um ponto de confluência e divergência de ideias a partir do qual devem ser consideradas as múltiplas formas de ver e apreender o mundo e suas diversas culturas sempre em movimento e transformação. Assim sendo, o posicionamento dos educadores e mediadores culturais em favor do valor formativo das exposições representa um movimento em oposição à compreensão da arte apenas como ferramenta de marketing e/ou produto a ser consumido. Os espaços de arte como os centros culturais mediam o processo de desenvolvimento da cidadania, ao contextualizar o que é exposto, ampliando sua significação e importância para a história humana e da arte.

Como fruto de uma cultura muito distinta da nossa, a arte egípcia não foi concebida com o intuito de ser observada e admirada, mas, sim, para durar e, assim, preservar a vida mesmo após a morte. Portanto, para nós, tais produções são apresentadas a partir de um outro contexto e perspectiva, apesar da apropriação desses objetos históricos feita pelo Museo Egizio e de sua ressignificação em certa instância a partir do olhar desse museu, faz-se necessário situar tais produções em seu contexto cultural e histórico. É inegável que a arte egípcia pode ser reinterpretada e ganhar novos significados sob o olhar dos visitantes, no entanto, para que o contato com essa produção se dê de maneira mais completa e rica, é importante não desvincular a arte egípcia de seu contexto original. Mais do que exibir, é preciso contextualizar e instigar a reflexão a respeito daquilo que está à mostra.

Logo, é necessário reconhecer que há um deslocamento histórico, cultural e geográfico dos objetos que são expostos em um contexto distinto de seu contexto de origem. Tal tipo de exposição oferece oportunidades que ultrapassam o mero entretenimento, podendo instigar questões profundas como o pertencimento da cultura egípcia à cultura dos povos africanos, o saque, a comercialização e a apropriação de objetos de diversos povos, incluindo os egípcios, pelas expedições europeias, o embranquecimento imagético e simbólico dos egípcios descartando o Egito de sua localização geográfica e trajetória histórica, dentre outras questões.

Tendo em vista a forte presença de uma colonialidade de saberes e de epistemologias nos dias de hoje, compreender o processo da construção de uma imagem do Egito Antigo europeizado e embranquecido pode

auxiliar na compreensão de um debate maior(...) O estranhamento, como Homi Bhabha(1998) afirma, é condição das iniciações extraterritoriais e interculturais, trabalhando com a ideia de hibridismo, e não de polaridade. Ao trabalhar com a ideia de verdades parciais, limitadas e instáveis, somos possibilitados a pensar na construção da cultura, na invenção da tradição e, portanto, na fabricação do discurso. (WERNECK & NASCIMENTO, 2022, p.22)

No entanto, por meio do setor educativo e da mediação, discursos mais objetivos e/ou superficiais propostos pela curadoria são ampliados e aprofundados, propiciando questionamentos e reflexões que podem estender-se para além do momento da visitação. Sendo o acesso à cultura e à arte direitos que devem ser assegurados aos cidadãos, o Centro Cultural, em certa instância, se torna promotor de cidadania ao oferecer programações e serviços gratuitos ou a preços populares aos moradores da cidade e de fora dela, ainda que sua gênese tenha se dado como ferramenta de promoção institucional que cobriu as lacunas deixadas pelo Estado que, como previsto na Constituição, deve assegurar o acesso à educação e à cultura.

Fazendo-se necessária, portanto, a promoção de uma prática educativa para além das políticas institucionais, partindo da compreensão de que o conhecimento gerado não é unilateral, mas, sim, construído por processos e compartilhado, o centro cultural não é fonte única de saber. Portanto, mais do que descrever objetos e/ou afirmar conceitos pré-existentes, é papel do centro cultural entender o lugar do público e suas contribuições. O setor educativo media as relações que se estabelecem entre imagem e aprendizagem, promovendo reflexões acerca dos sentidos da arte na vida cotidiana, considerando o visitante como participante ativo em vez de mero espectador. Assim sendo, este sai de um lugar de passividade em que só é nutrido por conteúdos, para uma posição de construtor de conhecimento em uma estrutura pautada na colaboração e troca de saberes.

A visitação a uma exposição como *Egito Antigo: do cotidiano à eternidade* por uma criança negra, por exemplo, reforça por meio do contato com a arte e artefatos e do conhecimento gerado por estes o fortalecimento de seu ego cultural por meio da identificação e apreciação dos valores estéticos e vivenciais da arte africana ou desentificada com as origens de sua cultura. Neste sentido, o papel do setor educativo e da mediação podem influenciar na forma como tal criança, adulto, pessoa tem acesso ao que é exposto. O mediador pode promover a facilitação, o enriquecimento, a ampliação e até mesmo o questionamento dos processos interpretativos. A mediação da cultura passa a existir na intersecção entre os objetos e as crenças,

conhecimentos e representações presentes nos contextos daqueles a quem se destina a mediação.

Sendo um centro cultural financiado por um banco, o Centro Cultural Banco do Brasil pode ser entendido como estratégia de marketing, fornecedor de produtos culturais e atrativo para clientes em potencial, no entanto, refletir sobre as ações de um centro cultural relevante como o CCBB suscita questões importantes para a compreensão dos processos de produção, circulação e recepção da arte como: 1. a que tipo de exposição o grande público tem acesso; 2. quais conhecimentos são difundidos; e 3. de quem e para quem.

Deste modo, os projetos e propostas do setor educativo são campos de intencionalidade na medida em que disseminam métodos, conteúdos e lugares que condicionam a forma como se dá o processo educacional. No entanto, as ações educativas não visam somente atrair o público, mas também instigar a construção de uma nova visão a respeito dos locais de difusão da cultura, para além do papel de meros conservadores de objetos que devem ser contemplados de forma passiva. Em se tratando da exposição *Egito Antigo: do cotidiano à eternidade*, ocorreram discussões importantes acerca da civilização egípcia, complexificando a formação de professores e dos próprios mediadores por meio de workshops, cursos e palestras que buscaram situar a arte e os objetos egípcios dentro de sua cultura, apontando para a apropriação e deslocamento que a cultura europeia exerceu sobre estes, ressignificando o olhar de educadores e visitantes acerca dos egípcios sob uma perspectiva decolonial.

REFERÊNCIAS

AHMED, Flávio. Estatuto da cidade, plano diretor e zoneamento urbano como instrumentos de proteção dos bens culturais. *In*: SOARES, Inês Virgínia Prado; CUREAU, Sandra (org.). **Bens culturais e direitos humanos**. São Paulo: Edições Sesc São Paulo, 2015. 512 p. (Coleção Sesc Culturas).

ALVES, Alexandra Torcato. **As estatuetas funerárias no Antigo Egito**. Lisboa: Universidade de Lisboa, 2020. p.1-25. Seminário em História Antiga.

ARAÚJO, Ana Claudia Henriques de. **Informação escondida: o processo de gestão de acervos artísticos em instituições financeiras brasileiras**. Informação 2017. 269 f. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) – Faculdade de Ciência da Informação, Universidade de Brasília, Brasília, 2010.

ARAÚJO, Luiz Cláudio Taya de. **Cultura contemporânea: arte e mercantilização**. [S.l.]: Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação, 2011. p. 1-9.

ASSIS, Maria Elisabete Arruda de. **Cultura como marketing, marketing como troca: a reciprocidade e o Centro Cultural Banco do Brasil Rio de Janeiro**. 2007. 378 f. Tese (Doutorado em Antropologia) - Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2007.

AZEVEDO, Fernando Antônio Gonçalves de. A arte possibilita ao ser humano repensar suas certezas e reinventar seu cotidiano. *In*: BARBOSA, Ana Mae; COUTINHO, Rejane Galvão (org.). **Arte/educação como mediação cultural e social**. São Paulo: Editora UNESP, 2009.

BARBOSA, Ana Mae. Mediação cultural é social. *In*: BARBOSA, Ana Mae; COUTINHO, Rejane Galvão (org.). **Arte/educação como mediação cultural e social**. São Paulo: Editora UNESP, 2009.

BARBOSA, Frederico. Direitos humanos, patrimônio cultural e políticas públicas. *In*: SOARES, Inês Virgínia Prado; CUREAU, Sandra (org.). **Bens culturais e direitos humanos**. São Paulo: Edições Sesc São Paulo, 2015. 512 p. (Coleção Sesc Culturas).

BAUDRILLARD, Jean. O Efeito Beaubourg. *In*. MACIEL, Katia (org.). **A arte da desapareição**. Rio de Janeiro: Ed. URFJ, 1997. p. 156-177.

BAXANDALL, Michael. **O olhar renascente**: pintura e experiência social na Itália da Renascença. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1991. 255 p

BELL, Julian. **Uma nova história da arte**. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

BESSE, Jean-Marc. **O gosto do mundo: exercícios de paisagem**. Tradução de Annie Cambe. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2014. p. 234 (Clássicos da Ciência).

BUREN, Daniel. **Função do museu** in Daniel Buren: textos e entrevistas escolhidos, (1967-2000). Tradução Ana Maria Castro Santos, André Sena, Lúcia Maia. Rio de Janeiro: Centro de Arte Helio Oiticica, 2001. p. 220

BOURDIEU, Pierre. Campo intelectual e projeto criador. *In*: BOURDIEU, Pierre. *et al. Problemas do estruturalismo*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1968. p. 105-145.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. 7. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2004.

BOURDIEU, Pierre. **A produção da crença**: contribuição para uma economia dos bens simbólicos. 3. ed. 4. reimpr. Porto Alegre, RS: Zouk, 2018.

BRASIL. Decreto-lei nº 7.505, de 2 de julho de 1986. Dispõe sobre benefícios fiscais na área do imposto de renda concedidos a operações de caráter cultural ou artístico. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Poder Executivo, Brasília, DF, 3 jul.1986. Seção 1, p. 9763. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L7505.htm. Acesso em: 15 jul. 2022

CABRAL, João M. Peixoto. **História breve dos pigmentos**:2 da Arte Egípcia. Disponível em: <https://b-quimica.spq.pt/magazines/BSPQuimica/590>. Acesso em: 22 dez. 2022.

CAILLET, Elizabeth. Políticas de emprego cultural e o ofício da mediação. *In*: BARBOSA, Ana Mae; COUTINHO, Rejane Galvão (org.). **Arte/educação como mediação cultural e social**. São Paulo: Editora UNESP, 2009.

CARVALHO, Ana Maria Albani de. A exposição como dispositivo na arte contemporânea: conexões entre o técnico e o simbólico. **Museologia & Interdisciplinaridade**, [S.l.], v. 1, n. 2, p.47-58, jul./dez. 2012.

CASTRO, A. C.; SILVA, L. C. S; PEQUENO, F. As relações entre instituições culturais, cidade e paisagem: o caso do Centro Cultural Banco do Brasil do Rio de Janeiro. **Concinnitas**, Rio de Janeiro, v. 23, n. 45, p.8-32, set. 2022
DOI:10.12957/concinnitas.2022.68055. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/concinnitas/issue/view/2941>. Acesso em: 15 ago. 2023.

CASTRO, Rodolfo Muanis Fernandes de. **Inclusão social e atividades culturais: o Centro Cultural Banco do Brasil no Rio de Janeiro**. 2008. 205 f. Dissertação (Mestrado em Administração Pública) - Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas, Centro de Formação Acadêmica e Pesquisa, Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro, 2008.

CCBB 30 anos. Davar Projetos Culturais (org.). Rio de Janeiro: Davar Projetos Culturais, 2019. 204 f.

CCBBs entre os museus mais visitados em 2020. [Rio de Janeiro]: Banco do Brasil, 2021. Disponível em: <https://www.bb.com.br/pbb/pagina-inicial/imprensa/n/63846/ccbbs-entre-os-museus- mais-visitados-em-2020#/>. Acesso em: 26 abr. 2021.

CCBB RJ completa 30 anos buscando pioneirismo, beleza e recordes. Rede Aberje, 2019. Disponível em: <https://www.aberje.com.br/ccbb-rj-completa-30-anos-buscando-pioneirismo-beleza- e-recordes/>. Acesso em: 23 nov. 2021.

CENOGRAFIA. *In*: ENCICLOPÉDIA Itaú Cultural de Arte e Cultura Brasileira. São Paulo: Itaú Cultural, 2022. Disponível em: <https://enciclopedia.itaucultural.org.br/termo14352/cenografia>. Acesso em: 20 out. 2022. Verbetes da Enciclopédia. ISBN: 978-85-7979-060-7.

CESAR, M. F. Curadoria: deslocamentos, impasses, possibilidades. **Revista Poiésis**, Rio de Janeiro, v. 16, n. 26, p. 51-64, 29 set. 2018.

COELHO, Agnaldo C.C.A; MENDONÇA, Miriam da Costa Manso Moreira de. Instancias da legitimação da Arte. *In*: SEMINÁRIO NACIONAL DE PESQUISA EM ARTE E CULTURA VISUAL, 7, 2014, Goiânia. **Anais[...]**. Goiânia: UFG; FAV, 2014. p. 158-168.

CONDURU, Roberto. Transparencia opaca. **Concinnitas**, Rio de Janeiro, ano 5, n. 6, p. 31-35, 2004.

CORCUFF, P. Pierre Bourdieu (1930-2002) leído de otra manera: crítica social postmarxista y el problema de la singularidad individual. **Cultura y Representaciones Sociales**, México, DF, año 4, n. 7, p. 9-26, sept. 2009.

CORRÊA, Valdreia. A cor azul como Símbolo de poder. **Revista Alétheia – Estudos sobre Antiguidade e Medieval**, v. 1, n. 2, 2020. ISSN 1983-2087.

CRUZ, L. A história africana nos livros didáticos do ensino fundamental de Montividiu (Goiás – Brasil). **Revista de História da UEG**, Goiás, v. 7, n. 1, p. 94-112, 4 set. 2018.

DABUL, Lígia. Museus de grandes novidades: centros culturais e seu público. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, ano 14, n. 29, p. 257-278, jan./jun. 2008.

D' ASSUNÇÃO Barros, José. As influências da arte africana na arte moderna. **Revista Afro-Ásia**, Universidade Federal da Bahia, Salvador, n. 44, p. 37-95, 2011.

DECIA, Patrícia. Mudança na Lei Rouanet divide opiniões. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 24 maio 1997. Seção Política cultural. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq240530.htm>. Acesso em: 22 abr. 2022.

DUARTE, Paulo Sérgio. **Caminhos do contemporâneo**. [Rio de Janeiro]: Editora Eventual; Paço Imperial, 1952. 2002. ISBN: 89243-01X.

DUARTE, Paulo Sérgio. O espetáculo do fetiche. **Concinnitas**, Rio de Janeiro, ano 5, n. 6, p.36-37, 2004

EGITO Antigo: do cotidiano à eternidade. Curadores/curators Pieter Tjabbes, Paolo Marini; [organização Art Unlimited; tradução para o inglês John Norman, Izabel Burbridge]. São Paulo: Art Unlimited, 2020. Edição bilíngue: português/inglês. ISBN 978-85-64170-15-5.

EGITO Antigo: do cotidiano à eternidade, JA.CA. Minas Gerais: JA.CA, Centro de Arte e Tecnologia, 2020. p. 1-52

FERNANDES, Ana. Cidades e cultura: rompimentos e promessas. *In*: JEUDY, Henri Pierre; JACQUES, Paola Berenstein (org.). **Corpos e cenários urbanos**: territórios urbanos e políticas culturais. Tradução: Rejane Janowitz. Salvador: EDUFBA; PPG-AU; FAUFBA, 2006. p. 51-66.

FERNANDES, Sílvia. Pintura egípcia : a mensagem do eterno momento presente. **Revista da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas**, Lisboa, n. 12, p. 429-435, 1998.

FETTER, Bruna. O poder das narrativas na legitimação e valoração da arte contemporânea. **OuvirOUver**, Uberlândia, v. 13, n. 2, p. 402-417, jul./dez. 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.14393/OUV21-v13n2a2017-5>. Acesso em: 25 mar. 2023

GIL, Carmem Zeli de Vargas;MEINERZ,Carla Beatriz. Educação, patrimônio cultural e relações étnico-raciais: possibilidades para a decolonização dos saberes. **Horizontes**, v. 35, n. 1, p. 19-34, jan./abr. 2017

GOMBRICH, E. H. **A história da arte**. 16. ed. Rio de Janeiro: LTC,1999.

GURAN, Milton. Curadoria: expressão e função social. **Studium**, v. 32, 2011, p.90-93. Disponível em: <https://econtents.bc.unicamp.br/inpec/index.php/studium/article/view/12468>. Acesso em: 17 dez. 2022

HILL, Marcos. Curadoria: que “negócio” é esse? **Porto Arte: Revista de Artes Visuais**. Porto Alegre, jan./jun. 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.22456/2179-8001.91559>. Acesso em: 15 dez. 2022.

HOFFMANN, Jens. **Curadoria de A a Z**. Tradução: João Sette Camara. 1. ed. Rio de Janeiro: Cobogó, 2017.

JUNIOR, Milton Esteves; NUNES,Orlando Vinicius Rangel; PASSOS, Rafael de Melo. Grandes projetos,grandes eventos,turistificação do território:da produção cultural à mercantilização e espetacularização da cidade e da cultura urbana R.B. **Estudos Urbanos e Regionais**, v.16, n.1, p.125-138, maio 2014.

KLONK, Charlotte. The spectator as educated consumer. *In*: KLONK, Charlotte. **Spaces of experience**. New Haven; Londres: Yale University Press, 2009.

KORNIS, Mônica Almeida. Entre a utopia e o mercado, os caminhos da cultura brasileira. *In*: CAVALCANTI, Lauro (org.). **Caminhos do contemporâneo: 1952-2002**. Rio de Janeiro: Editora Eventual; Paço Imperial, 2002. ISBN: 89243-01X.

LORÊTO, Myrna Sueli da Silva; PACHECO, Flávia Lopes. A inserção da lógica de mercado no campo cultural: a relação entre as instituições bancárias e a cultura de Recife. **Caderno Ebape**, v. 5, n. 4, p.1-14, dez. 2007.

MACHADO, Thiago Ramos. **Reflexões sobre o papel da cultura no processo de renovação urbana na área central do Rio de Janeiro**: um estudo de caso do centro cultural do banco do Brasil. Rio de Janeiro: UFRT, 2002.

MARCONDES, Luiz Fernando. **Dicionário de termos artísticos**. Rio de Janeiro: Edições Pinakotheke, 1998. p.381

MARCONDES, Luiz Fernando. **Temas e símbolos da arte universal**. Rio de Janeiro: Edições Pinakotheke, 2010.

MACHADO, Thiago Ramos. **Reflexões sobre o papel da cultura no processo de renovação urbana na área central do Rio de Janeiro**: um estudo de caso do centro cultural do banco do Brasil. Rio de Janeiro: UFRT, 2002.

MARTINI, Fátima Regina Sans. História do mobiliário: Egito antigo. **Universitas: Arquitetura e Comunicação social**, v. 13, n. 1, p.11-24, jan./jun. 2016.

MENDES, Luís. Cidade pós-moderna, gentrificação e a produção social do espaço fragmentado. **Cad. Metrop.**, São Paulo, v. 13, n. 26, p. 473-495, jul./dez. 2011

MENDES, Patricia Bacchieri Wexel da Cunha. **A expografia como protagonista ou como um projeto expográfico define o caráter de uma exposição**. Trabalho de conclusão de curso (Especialização) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Instituto de Artes, Práticas Curatoriais, Porto Alegre, BR-RS,2020. 2020. 55 f. Orientadora: Ana Maria Albani de Carvalho.

MIORIM, Marina Araújo. Exposições Blockbuster: mecenato privado e política cultura no Brasil. **Extraprensa**, São Paulo, v. 12, n. esp., p. 62–77, set. 2019.

MIR, Carmen Lidón Beltrán. **Educação como mediação em centros de arte contemporânea**. In: BARBOSA, Ana Mae; COUTINHO, Rejane Galvão (org.). **Arte/educação como mediação cultural e social**. São Paulo: Editora UNESP, 2009

MOULIN, Raymonde. **O mercado da arte**: mundialização e novas tecnologias. Tradução Daniela Kern. Porto Alegre: Zouk, 2007.

NEVES, Renata Ribeiro. Centro Cultural: a Cultura à promoção da Arquitetura. **Revista Especialize On-line IPOG**, Goiânia, v. 1, n. 5, jul. 2013. ISSN 2179-5568. Disponível em: <https://docplayer.com.br/11115918-Centro-cultural-a-cultura-a-promocao-da-arquitetura.html>. Acesso em: 24 maio 2022.

OBRIST, Hans Ulrich. **Uma breve história da curadoria**. Tradução: Ana Resende. São Paulo: BEÏ comunicação, 2010.

OCVIRK, Otto G. *et al.* **Fundamentos de arte: teoria e prática**. Tradução: Alexandre Salvaterra. 12. ed. Porto Alegre: AMGH, 2014.

OLIVEIRA, Adelaide Cristina Nascimento de; BARROSO, Eloísa Pereira. Estudos do discurso no contexto do CCBB Brasília: a materialização de um símbolo financeiro em um símbolo cultural. **Marketing & Tourism Review**, v. 1, n. 2, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.29149/mtr.v1i2.3845>. Acesso em: 7 jun. 2023.

OLIVEIRA, Ana Cristina Audebert Ramos de; PORPORA, Ana Cristina Audebert Ramos de. Na fila da memória: megaexposições em museus brasileiros na década de 1990. **Anais do Museu Histórico Nacional**, Rio de Janeiro, v. 56, p. 1-20, 2022.

OLIVEIRA, Lúcia Maciel Barbosa de. Experiência e espetacularização como chaves para pensar a cultura e a arte na contemporaneidade. Dossiê Práticas e Políticas Culturais: Paradoxos e diálogos com a tecnologia. **Arquivos do CMD**, v. 5, n.1, p.11-18, jan./jul. 2017.

OLIVEIRA, Rafael Pereira; VIEIRA, Marcelo Milano Falcão; SILVA, Rosimeri Carvalho da. O sentido da arte: o caso do Centro Cultural do Banco do Brasil-RJ. **o&s**, v. 14, n. 43, p.129-140, out./dez. 2007.

OSTROWER, Fayga. **Universo da arte**. 4.ed. Rio de Janeiro: Campus, 1987.

PEDROSA, Israel. **O universo da cor**. 3 reimp. Rio de Janeiro: Ed. SENAC 2008. 153 p.

PEIXOTO, Nelson Brissac. Arte e cidade. *In*: FERREIRA, Gloria. **Crítica de arte no Brasil**: temáticas contemporâneas. Rio de Janeiro: Funarte, 2006. p. 488-492.

PEIXOTO, Reginaldo VIDAL, Luciano da Silva. Arte e História: Um recorte da função comunicativa do desenho da idade antiga e medieval. *In*: JORNADA DE ESTUDOS ANTIGOS E MEDIEVAIS, 12., 2013, Maringá. **Anais[...]**. Maringá: UEM, 2013. p. 1-16.

PIRES, Maria Coeli Simões. A proteção do patrimônio cultural como contraponto à desterritorialização. *In*: SOARES, Inês Virginia Prado; CUREAU, Sandra (org.). **Bens**

culturais e direitos humanos. São Paulo: Edições Sesc São Paulo, 2015. 512 p. (Coleção Sesc Culturas).

PUIG, Carla Padró. Modos de pensar museologias: educação e estudos de museus. *In:* BARBOSA, Ana Mae; COUTINHO, Rejane Galvão (org.). **Arte/educação como mediação cultural e social.** São Paulo: Editora UNESP, 2009.

QUEMIN, Alain; FIALHO, Ana Letícia; MORAES, Angélica de. **O valor da obra de arte.** São Paulo: Metalivros, 2014.

QUINTERO, Pablo; FIGUEIRA Patrícia; ELIZALDE Paz Concha. **Uma breve história dos estudos decoloniais.** São Paulo: Masp Afterall, 2019. p. 1-11.

RAMOS, Luciene Borges. Centro cultural: Território privilegiado da ação cultural e informacional na sociedade contemporânea. *In:* ENCONTRO DE ESTUDOS MULTIDISCIPLINARES EM CULTURA, 3., 2007, Salvador. **Anais [...].** Salvador: UFBA, FC, 2007 Disponível em: <https://www.cult.ufba.br/enecult2007/LucieneBorgesRamos.pdf>. Acesso em: 25 ago. 2023.

RIBEIRO, Ana Clara Torres. A acumulação primitiva do capital simbólico. *In:* JEUDY, Henri Pierre; JACQUES, Paola Berenstein (org.). **Corpos e cenários urbanos: territórios urbanos e políticas culturais.** Tradução: Rejane Janowitz. Salvador: EDUFBA; PPG-AU/FAUFBA, 2006. p. 39-50.

ROLIM FILHO, Eliézer Leite. Um artefato cenográfico na invenção espetacular do cotidiano. *In:* SEMINÁRIO INTERNACIONAL URBICENTROS, 2., 2011, Maceió. **Construir, reconstruir, desconstruir: morte e vida de centros urbanos Maceió (AL).** [S.l.: s.n., 2011].

SAMPAIO, José Adercio Leite. O constitucionalismo democrático e cultural. *In:* SOARES, Inês Virgínia Prado; CUREAU, Sandra (org.). **Bens culturais e direitos humanos.** São Paulo: Edições Sesc São Paulo, 2015. 512 p. (Coleção Sesc Culturas).

SANDRONI, Paulo (org.). **Novíssimo dicionário de economia.** [S.l.]: Editora Best Seller, 1999. Disponível em: http://www2.fct.unesp.br/docentes/geo/magaldi/GEO_ECONOMICA_2019dicionario/-de-economia-sandroni.pdf. Acesso em: 10 mar. 2022.

SANTOS, Milton. A globalização e o não lugar. *In*: SANTOS, Milton. **Encontros**. organização Maria Angela P. Leite. Rio de Janeiro: Beco do Azougue, 2007. (Encontros).

SANTOS, Myrian Sepúlveda dos. As megaexposições no Brasil: democratização ou banalização da arte?. **Cadernos de sociomuseologia**, n. 19, p. 83-114, 2002.

SILVA, Mariana Estellita Lins. Museu como ferramenta, história da arte como discurso. **Palíndromo**, v. 12, n. 26, p. 208-226, jan./abr. 2020.

SILVA, Susana Gomes da. Para além do olhar: a construção e a negociação de significados pela educação museal. *In*: BARBOSA, Ana Mae; COUTINHO, Rejane Galvão (org.). **Arte/educação como mediação cultural e social**. São Paulo: Editora UNESP, 2009.

SIQUEIRA, V. B. C.; SIQUEIRA, Vera Beatriz ; Recuradoria: discurso curatorial e perspectiva histórica. *In*: SANTOS, Nara Cristina; CARVALHO, Ana Maria Albani de (org.). **Para pensar os compartilhamentos na arte** [recurso eletrônico]: redes e conexões. 1. ed. Santa Maria; Porto Alegre: Associação Nacional de Pesquisadores em Artes Plásticas; UFSM; UFRGS, 2015. v. 1, p. 140-145

SOBRE O CCBB. Disponível em: <https://ccbb.com.br/rio-de-janeiro/sobre-o-ccbb/>. Acesso em: 10 Jan.2022.

SOUZA GUIMARÃES, T. M. S. G.; ABREU-BERNARDES, S. T. O desvelar da África em criações artísticas em livros didáticos de história do ensino fundamental. **HOLOS**, [S. l.], v. 2, p. 337–346, 2016. DOI: 10.15628/holos.2016.3592. Disponível em: <https://www2.ifrn.edu.br/ojs/index.php/HOLOS/article/view/3592>. Acesso em: 21 fev. 2023.

SOUZA, Sidnei Marinho de; SIMAN, Lana Mara de Castro. A(s) cultura(s) africana (s) em livro didático de História para o ensino médio. **e-hum**, [S.l.], v. 10, n. 1, p. 77-87, set. 2017. Dossiê: Práticas de Leitura, Livros Didáticos, Relações Raciais e as Culturas Africana e Afro-Brasileira. ISSN 1984-767X. Disponível em: <https://revistas.unibh.br/dchla/article/view/2287>. Acesso em: 21 fev. 2023.

STALLABRASS, Julian. Arte de elite em uma era de populismo. **Revista-Valise**, Porto Alegre, v. 4, n. 7, ano 4, p.151-163, jul. 2014.

TOURINHO, Irene. Visualidades comuns, mediação e experiência cotidiana in Arte/educação como mediação cultural e social. *In*: BARBOSA, Ana Mae; COUTINHO, Rejane Galvão (org.). **Arte/educação como mediação cultural e social**. São Paulo: Editora UNESP, 2009.

VAZ Lilian Fessler; JACQUES, Paola Berenstein. Territórios culturais do Rio. *In*: JEUDY, Henri Pierre; JACQUES, Paola Berenstein (org.). **Corpos e cenários urbanos**: territórios urbanos e políticas culturais. Tradução: Rejane Janowitz. Salvador: EDUFBA; PPG-AU/FAUFBA, 2006. p. 75-92

VIEIRA, Marco Estevão de Mesquita. **Distinção, cultura de consumo e gentrificação**: o Centro Cultural Banco do Brasil e o mercado de bens simbólicos. 2006. 292 f. Tese (Doutorado em Sociologia da Cultura) – Departamento de Sociologia, Universidade de Brasília, Brasília, 2006.

WERNECK, Mikayla Grace NASCIMENTO; Denise da Silva Menezes do. A (des)africanização do Egito antigo: Legados do imaginário medieval na contemporaneidade. **Mythos**, Imperatriz, MA, ano 6, n. 4, dez. 2022. ISSN 2527-0621.

WU, Chin-Tao **Privatização da cultura**: a intervenção corporativa nas artes desde os anos 80. São Paulo: Boi Tempo; SESC, 2006

ZAPELINI Orofino, Karin; RAMALHO E OLIVEIRA, Sandra Regina. Ação educacional em espaços expositivos: um conceito sustentando diferentes ações. **Revista Digital do LAV** - Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, v. 8, n. 3, p. 73-95, sept./dic. 2015.

ZIELINSKY, Mônica. A arte e sua mediação na cultura contemporânea. *In*: FERREIRA, Gloria. **Crítica de arte no Brasil**: temáticas. Rio de Janeiro: Funarte, 2006. p. 221-226.

ANEXO A – Entrevista com o curador da exposição Pieter Tjabbes

Realizada em comunicação via e-mail pela autora desta dissertação, nas datas de 20/08/2022 e 27/09/2022.

1. Como surgiu a ideia de fazer a exposição " Egito Antigo: do cotidiano a eternidade"?

Há mais de 20 anos que a nossa empresa Art Unlimited produz exposições grandes para diversas instituições, como o MON Curitiba, Pinacoteca e principalmente o Centro Cultural Banco do Brasil. Procuramos assuntos pertinentes, e sobre artistas ou movimentos de arte que não tiveram uma exposição pertinente ou recente. Egito Antigo sempre fascinou as pessoas, e no Brasil não é diferente. Pode ser a influencia dos filmes de Hollywood, podem ser os mistérios.

2. Como essa exposição se diferencia de outras coordenadas pela Art Unlimited no CCBB?

A nossa formula é sempre a mesma: procurar conjuntos de obras significativas, mostrar apenas material da mais alta qualidade e incluir uma cenografia impactante e a interatividade para envolver os visitantes, que muitas vezes não tem um conhecimento da historia da arte. Sobre a interatividade veja a entrevista que enviei da outra vez. Procuo escrever os textos da exposição da forma mais didática, para que todos os visitantes encontram algum conhecimento complementar. Mas também utilizamos réplicas para que o público que nunca visitou Egito consegue mergulhar naquela cultura: réplica da tumba de Nefertari e uma pirâmide cenográfica, medindo seis metros de altura. Quem realmente quer se informar de uma forma mais profunda tem sempre um catálogo, também disponível na internet.

3. Qual foi o critério de seleção das peças do Museo Egizio?

Qualidade. Pertinência para o público entender melhor sobre esta cultura milenar. Trata-se de uma exposição de iniciação, uma vez que foi a primeira exposição itinerante sobre o assunto no Brasil.

4. Como se deu a organização conceitual, espacial e temática da exibição? poderia falar um pouco de cada núcleo?

Por favor leia o release aqui em anexo.

5. Quando você diz que o critério para a escolha das peças é a qualidade, a que tipo de qualidade você se refere? A qualidade estética, de conservação ou da relevância histórica que as peças possuem?

Na verdade, nesta exposição a qualidade refere-se menos à estética ou conservação, e sim à relevância do objeto no discurso da exposição. Cada objeto conta uma história que revela um aspecto da sociedade egípcia

6. Ainda sobre os núcleos da exposição, porque foram escolhidos esses três âmbitos da cultura egípcia (cotidiano, religião e pós vida) e não outros, como a arte, a política e etc...?

A escolha dos 3 núcleos da exposição (cotidiano, religião e eternidade) foi movida pelo desejo de ser o mais didático possível, porque a grande maioria dos visitantes não tinha conhecimento sobre a cultura egípcia. Em geral, as pessoas conhecem a imagem da pirâmide, da múmia e talvez da figura do faraó, muitas vezes através dos filmes de Hollywood sobre mortos, espíritos e terror. Por isto queríamos mostrar mais sobre o dia-a-dia dos egípcios, ressaltando que apreciavam a vida, tanto que quiseram perpetuar da forma mais completa depois da passagem. A religião permeia todos os aspectos da vida cotidiana, mas também da pós vida.

E por último, a expectativa da vida eterna e todos os preparativos e para alcançar isto da forma mais segura, produziram os objetos que mais apelam a

nossa imaginação: pirâmides, múmias, caixões e o Livro dos Mortos! Por isto parecia mais interessante dividir a exposição nestes 3 núcleos. Os textos de parede explicavam assuntos específicos. Por exemplo:

"Cultivando as terras do deus" (sobre a agricultura),

"Não há ofício tão bom como o do escriba" (sobre a escrita e a função do escriba),

"Administração e hierarquia" (sobre a função do Faraó e a forma de governo).

"As mulheres no Egito Antigo" e assim por diante.

ANEXO B - Entrevista com o museólogo Cauê Donato

Realizada em comunicação via e-mail pela autora desta dissertação, na data de 25/08/2022.

1. Existem diferenças entre as atuações do educativo em megaexposições e exposições de menor porte?

Acredito que a principal diferença está na operacionalização, pois com megaexposições temos que organizar cronogramas de trabalho e atividades menos flexíveis e contar com uma equipe mais atenta a prazos, horários e processos. Assim, acredito que exposições de "menor porte" permitem uma liberdade de fluidez maior do corpo educativo, que, na maioria das vezes, consegue respiros para pensar e refletir sobre a prática.

2. Poderia falar um pouco sobre as ações educativas realizadas no âmbito da exposição Egito Antigo: do cotidiano à eternidade?

Bem, a equipe de São Paulo - a qual eu coordenava a época da exposição - foi prejudicada pela pandemia de Covid-19 e o lockdown. Antes disso, desenvolvemos um processo formativo um mês antes da exposição chegar a fim de preparar a equipe e possibilitar terrenos férteis para criação dos educadores. Nesse sentido, tivemos boas propostas de intervenção no espaço expositivo e de práticas artísticas. Recebemos na nossa programação especialistas, como a Dra. Cíntia Gama, na atividade Com a Palavra. Desenvolvemos uma proposta de oficina que relacionava o Carnaval com as práticas de pinturas e maquiagens do Egito Antigo.

Os grupos agendados eram recebidos em sua maioria com propostas de ativações e/ou práticas artísticas, para além da visita mediada ao espaço expositivo, o que transformava a visita em uma experiência estético-sensorial. Além da ativação do Espaço de Convivência - uma estação avançada do educativo dentro da exposição - onde os educadores propunham "pílulas de mediação", como pequenas provocações ao público, ativadas pela conversa ou material complementar, como imagem, texto ou obra da própria exposição.

3. Em que medida as ações educativas realizadas durante a exposição Egito Antigo: do cotidiano serviram de contraponto ao discurso curatorial? As atividades desenvolvidas aprofundaram a visão dos curadores ou visaram provocar outro tipo de reflexão indo em outra direção?

A pluralidade da equipe de educadores foi fundamental para consolidar, nas propostas de atividades, a multiplicidades de olhares. A diversidade de perspectivas foram tantas. Iniciada de partida, na pesquisa, onde alguns se interessaram por mitologia, outros por escrita. Alguns por aspectos mais culturais do cotidiano e outros por rituais fúnebres- tão célebres nessa cultura. Na proposta de visita mediada os recortes deflagraram essa imensa possibilidade de percursos e conversas, o que enriqueceu as trocas entre a equipe e tornava cada proposta única.

Sendo assim, acredito que as ações promovidas pelo Programa Educativo estavam mais em contraponto que na direção da curadoria, principalmente por essa apresentar um recorte e narrativa bem fechada. A proposta curatorial nos serviu de eixo disparador e, algumas vezes, de ponto comum. Todos sabíamos que havia uma proposta clara e objetiva, ao passo que a sua existência não anula a inspiração ou criatividade das propostas educativas.

Evidente que o desenvolvimento de nossas ações não eram um complemento, mas uma indicação, como se, ao visitante, para além do trajeto tradicional - aquele proposto pela curadoria - houvesse o indicativo de vários outros e que o mesmo poderia decidir qual caminho tomar.

4. Qual a diferença entre as atividades desenvolvidas durante as visitas mediadas e as atividades desenvolvidas no Lugar de criação?

A relação do tempo é um elemento central. Nas visitas mediadas as ações práticas eram uma vivência que completa a conversa proposta pelo educador, ela vem estabelecida e com temporalidade bem delimitada, geralmente trinta minutos. Já os Lugares de Criação dependiam da proposta e se relacionavam diferente com o tempo, por exemplo, haviam propostas que um mesmo grupo poderia ficar por duas horas no desenvolvimento da ação, ou conseguia

vivenciar a proposta toda em poucos minutos. O tempo tinha outra relação ali, não há limite mínimo ou máximo de permanência. Ademais, a relação público espontâneo x agendado gera grande contraste. A maior parte das mediações ocorriam para públicos agendados. O Lugar de Criação tinha como característica o foco em público espontâneo.

ANEXO C - Entrevista com a arte educadora Maria Clara Boing

Realizada em comunicação via e-mail pela autora desta dissertação, nas datas de 24/09/2022 e 27/02/2023.

Acho importante localizar minhas respostas sobre a atuação do educativo do CCBB: atuei como coordenadora pedagógica da equipe do Rio de Janeiro, de 2018 a 2020, no programa CCBB Educativo - Arte & Educação, gerido pelo JA.CA - Centro de Arte e Tecnologia de 2018 a 2022. Sendo assim, minhas respostas estão contextualizadas dentro desse recorte de tempo e espaço, e quando respondo pelas ações educativas para além da exposição Egito Antigo - da qual participei na íntegra - me refiro ao período que atuei no CCBB Educativo Arte & Educação, sob a gestão do JA.CA.

1. Existem diferenças entre as atuações do educativo em megaexposições e exposições de menor porte?

A estrutura da programação do CCBB Educativo Arte & Educação (Lugar de Criação, Visitas Mediadas, Visitas Educativas, Semana do Educador, etc) era a mesma para megaexposições e exposições de menor porte. A formação da equipe de educadores na preparação para as exposições seguia formatos em comum para exposições de grande e pequeno porte, tais como conversa com curadoria; pesquisas em grupos de trabalho de conceitos chaves da exposição; conversa com especialistas do tema; etc.

No entanto, cada exposição acabava demandando especificidades para o processo de formação da equipe. Algumas dessas especificidades eram conceituais ou de conteúdo, outras de ordem prática. Em Egito, justamente por sua característica de megaexposição e, portanto, de grande circulação de público, fizemos uma formação com uma professora de teatro sobre preparação de voz. Mediar visitas, e precisar ser ouvido por um grupo de, por exemplo, 20 pessoas, dentro de uma sala expositiva com grande circulação de público - e com outros visitantes conversando simultaneamente - estava prejudicando a voz dos educadores, que chegaram a ficar sem voz depois de

um dia de trabalho. Diante disso, trabalhamos com uma profissional do teatro para compartilhar técnicas e exercícios de preparação e cuidados com a voz, para que a atuação do educador pudesse ser mais confortável para ele e para o público.

Outra diferença na atuação do educativo nas megaexposições era o percurso linear da visita educativa. As visitas educativas com grupos escolares, nas exposições que ocupavam o primeiro andar do CCBB, não necessariamente seguiam o caminho linear da exposição, um educador poderia realizar uma visita que começasse da última sala expositiva, do meio da exposição, ou mesmo - de acordo com o ritmo do grupo - decidir ir e vir entre as salas expositivas. Essa circulação mais livre pelo espaço expositivo, que também inclui sentar no chão e se demorar em algum ponto específico da exposição, é interessante para a mediação na medida em que possibilita uma maior diversidade de práticas e narrativas para a visita, tecidas por meio do encontro do educador com o grupo. Além disso, também facilita uma logística de agendamento de visitas, podendo realizar dois ou três grupos simultaneamente; enquanto um grupo começa a visita no início da exposição, outro inicial pelo final.

Em uma megaexposição esse fluxo já não é possível, a circulação de público é muito maior e o percurso de todos os visitantes, incluindo os grupos acompanhados por educadores, seguiam o caminho linear das salas, sem possibilidade de retorno a uma sala uma vez que já tenha passado por ela. Isso era importante para garantir o andamento da fila de visitação, que costumava ser constante durante o todo o dia, e quando a primeira sala expositiva esvaziava, um determinado número de pessoas da fila podia entrar. A conciliação da fila de visitantes espontâneos com os grupos agendados também seguia uma rotina diferenciada em grandes exposições, não era possível agendar mais de uma visita no mesmo horário, porque o grupo escolar já dividia o espaço com o público espontâneo e, para a melhor organização, era hábito compartilhar semanalmente a agenda de visitas com equipe de receptivo do CCBB, responsável pelo controle de entrada na porta da exposição.

2. Poderia falar um pouco sobre as ações educativas realizadas no âmbito da exposição Egito Antigo: do cotidiano a eternidade?

As ações educativas do programa CCBB Educativo Arte & Educação mantinham um formato fixo com variação das temáticas de acordo com questões geradas por cada exposição. Esses formatos de ações estavam previstos no projeto pedagógico do programa, que pode ser acessado pelo site do programa, disponível em: <https://educacao.jaca.center/programa-ccbb-educativo-arte-educacao>.

A cada mês, as equipes de educadores de cada praça - Rio de Janeiro, São Paulo, Belo Horizonte e Brasília - criavam uma programação pública que tematizava as ações de acordo com a programação local de cada CCBB. As programações também eram endereçadas a alguns públicos. Semana do Educador e Transversalidades, por exemplo, eram do eixo que dialogava com a comunidade escolar e eram exclusivas para professores e educadores. Nessas ações, havia o sorteio de ônibus escolar e os professores sorteados já saíam com as visitas agendadas para retornarem na exposição com o grupo de estudantes. Em Egito Antigo, realizamos a Semana do Educador, que aconteceu na semana de abertura da exposição, convidando os professores a serem os primeiros públicos a visitar. O que vejo como um posicionamento importante do programa, principalmente em mega exposições como Egito, garantindo que os professores sejam os primeiros a ter esse acesso. A Semana do Educador é uma ação interessante e que potencializa as visitas educativas, uma vez que o professor tinha a oportunidade de conhecer e refletir sobre questões da exposição - em diálogo com o educador do ccbb - antes de visitar a exposição com o grupo de estudantes. Nesses casos, muitas vezes, quando voltavam com o grupo, os professores que já conheciam a exposição se engajavam nas propostas de visitas dos educadores do CCBB.

Além da programação para professores, oficinas e cursos para o público em geral, também eram oferecidas e pensadas a partir de questões que emergiam

das exposições. O programa educativo fazia uma curadoria da programação, convidando artistas, pesquisadores e diferentes profissionais para ministrar essas oficinas. No contexto de Egito Antigo, achamos importante olhar criticamente para o fato de estarmos em contato com um acervo de objetos do Egito Antigo pertencentes a um museu europeu. Com isso, para uma ação chamada “Laboratório de Crítica” convidamos as pesquisadoras Karine L. Narahara e Aza Njeri para trabalhar o tema “Revisitando Museus”, compartilhando seu trabalho sobre os museus como espaços de construção da ideia de um “Outro” (não Ocidental), em diálogo com a exposição.

As ações do Lugar de Criação, por sua vez, eram conduzidas e criadas pela equipe de educadores a partir de pesquisas continuadas em grupos de trabalho. A equipe era dividida em quatro grupos de trabalhos com os temas: outros saberes; acessibilidade e inclusão; infâncias; e práticas artísticas. A partir das pesquisas continuadas nesses grupos e atravessados pelas exposições, os educadores criavam oficinas práticas para o Lugar de Criação. Um Lugar de Criação que marcou bastante a exposição Egito Antigo e que se repetiu algumas vezes foi a contação de história sobre o Mito de Osíris, compartilhando a narrativa do deus Osíris cuja muitas referências estavam presentes dentro da exposição.

3. Em que medida as ações educativas realizadas durante a exposição Egito Antigo: do cotidiano serviram de contraponto ao discurso curatorial? As atividades desenvolvidas aprofundaram a visão dos curadores ou visaram provocar outro tipo de reflexão indo em outra direção?

Penso, a partir da minha formação em museus, que de certa forma todas as visitas educativas provocam reflexões múltiplas que extrapolam, dialogam e/ou mesmo subvertem o discurso curatorial. A exposição se apresenta ao público com seu recorte curatorial e quando o público a percorre, sempre há a possibilidade de criar outras narrativas e sentidos para ela. Uma visita educativa é um encontro entre o educador, os estudantes, professores, outros públicos e, nesses encontros, redes de sentidos são tecidas, atravessadas pelos diferentes desejos, experiências e contextos. Pensar a educação nas

exposições como uma prática de criação era algo que eu via ser bastante valorizado na proposta pedagógica do CCBB Educativo Arte & Educação, se desdobrando na formação dos educadores. Como não trabalhávamos com um roteiro fechado, mas com diferentes percursos criados a partir das pesquisas dos educadores sobre a exposição e públicos, dificilmente a narrativa curatorial era a narrativa exclusiva em uma visita.

O discurso curatorial da exposição Egito Antigo era bastante pautado por um olhar europeu para a história do Egito, e as peças da exposição faziam parte do acervo de um museu italiano. Desde a formação dos educadores - na preparação para a exposição - desdobrando-se nas visitas e programação, buscamos trabalhar a exposição por uma perspectiva decolonial. Para isso, além da conversa com o curador da exposição (prática regular do nosso programa de formação), a equipe de educadores participou de uma formação com o filósofo Raphael Arah, cofundador do Geru Maa, laboratório de pesquisa da UFRJ dedicado à Filosofia Africana no Brasil. Com o Raphael, visitamos a exposição e conhecemos a história do Egito a partir da filosofia kemética. Essa formação, restrita à equipe de educadores, foi muito importante para ampliar nossas perspectivas com a exposição e, com isso, tecer as visitas e atividades educativas com os públicos do CCBB. Além disso, dentro da programação pública, esse debate decolonial também esteve presente em outras ações da programação regular do CCBB Educativo, como o Laboratório de Crítica, no qual convidamos as pesquisadoras Karine L. Narahara e Aza Njeri, também integrantes do Geru Maa, para trabalhar o tema “Revisitando Museus”. A partir das provocações para a exposição Egito Antigo, o laboratório - que tem um formato de oficina para 20 pessoas - refletiu sobre como as instituições culturais e suas coleções podem ser repensadas por uma perspectiva afrocentrada. Com essas e outras práticas cotidianas dos educadores, entendo que as ações realizadas na exposição Egito em muitos momentos foram contraponto ao discurso curatorial e provocavam reflexões em múltiplas direções.

4. Qual a diferença entre as atividades desenvolvidas durante as visitas mediadas e as atividades desenvolvidas no Lugar de criação?

Uma diferença marcante entre a visita mediadas e o Lugar de Criação era o espaço em que cada atividade acontecia e isso acabava influenciando nas abordagens e no público que frequentava. A visita mediada acontecia com um público espontâneo que, no caso da grande procura em Egito, retirava uma senha para formar um grupo de 20 pessoas que visitavam a exposição mediados pelo educador. A visita acontecia dentro da exposição e reunia pessoas de diferentes idades e territórios. O Lugar de Criação acontecia no espaço do educativo no primeiro andar (sala ao lado da entrada da exposição) e, embora seja aberto para todos os públicos, o histórico e cultura do CCBB tornam esta uma ação com muitas famílias com crianças. Pelo fato de acontecer nas salas, as propostas do Lugar de Criação eram mais mão na massa, do fazer artístico e com um perfil de oficina, às vezes também contação de história.

As visitas mediadas eram diárias, sempre oferecidas em dois horários do dia e o Lugar de Criação era uma programação de finais de semana e feriados. Sobre a forma de programar Lugares de Criação, as temáticas traziam questões sobre as exposições em cartaz, o prédio do ccbb, práticas culturais ou datas comemorativas. Sendo assim, ao longo dos meses que a exposição do Egito ficou em cartaz, os Lugares de Criação se relacionavam com a exposição, mas eventualmente com outros temas também. Cada fim de semana tinha um Lugar de Criação diferente.

5. Como as ações do educativo buscaram contribuir para o processo de ruptura de estereótipos e exotização associados de forma recorrente a cultura egípcia ?

Uma referência, pra mim, quando penso no trabalho de mediação - bem como qualquer trabalho que lide com narrativas - é a palestra da Chimamanda Adichie: O perigo da história única em que ela alerta sobre o perigo da história única e a importância de pluralizar as narrativas para romper com estereótipos. Penso que as ações do educativo buscavam essa pluralidade de histórias por

meio de uma programação pública diversa e formação de educadores que problematizavam e questionavam uma história única e eurocêntrica sobre o Egito, por isso a presença de pesquisadores como Karine L. Narahara, Aza Njeri e Raphael Arah do Geru Maa, laboratório de pesquisa da UFRJ dedicado à Filosofia Africana no Brasil (citados na outra resposta), foram bastante importantes. Entendo que a pluralidade acontecia também pela equipe do educativo, composta por educadores de diferentes formações e vivências, que podiam contribuir com diferentes perspectivas sobre o Egito, a partir dos seus interesses próprios, suas áreas de conhecimentos - História, Filosofia, Arte, Museologia etc -, dos debates da formação com a exposição.

6. Existiu algum tipo de diferenciação ou especificidade em relação as visitas e programações oferecidas para os estudantes de colégios públicos?

O programa CCBB Educativo Arte & Educação realizava mensalmente sorteio e distribuição de ônibus para escolas da rede pública e instituições sem fins lucrativos. Essa ação vinculava as visitas educativas com a formação de professores, pois os sorteios eram realizados ao final dos encontros da Semana do Educador e Transversalidades, cursos de formação com professores. A Semana do Educador, em especial, era um curso que trabalhava as exposições; ou seja, foi realizada uma Semana do Educador na exposição do Egito. Sendo assim, os professores que ganhavam o sorteio de ônibus, traziam sua turma já tendo passado por uma vivência na exposição, o que vejo como algo positivo e que enriquece a experiência da visita educativa. O sorteio de ônibus também garantia o acesso de escolas públicas ao CCBB, bem como reservava grande parte do agendamento de visitas para essas escolas. Havia também outras relações institucionais com redes públicas, em especial a Secretaria Municipal do Rio de Janeiro (SME-RJ), tais como a nossa participação do projeto Escola e Museu, um circuito entre museus e instituições culturais, promovido pela SME -RJ; parceria com a Gerência da Primeira Infância e com o CREJA.