

# Mediações artísticas e informacionais no contexto urbano: algumas reflexões e paradoxos

Giulia Crippa  
Marco Antonio de Almeida

## RESUMO

O trabalho traz aportes para discutir a natureza da mediação artística e patrimonial no espaço urbano, considerando seus aspectos informacionais e comunicacionais. Algumas manifestações culturais em cidades de diversos portes são utilizadas para fornecer elementos e hipóteses que marcam sua diferença em relação aos espaços institucionais tradicionais. Destaca-se a necessidade de se buscar novas referências e parâmetros que levem em conta, de maneira positiva, o papel ativo e os repertórios dos usuários. O texto encerra refletindo brevemente acerca de políticas culturais que respeitem essas especificidades, e nos novos desafios envolvidos em pensar mediações apropriadas para este fim.

**PALAVRAS-CHAVE:** Mediação. Informação. Arte. Cidade. Culturas híbridas.

## 1 Introdução

Os princípios que levam a pesquisa científica e que subjazem à *Encyclopédie* de Diderot e D'Alembert, assim como a focalização da experiência humana no mundo físico em detrimento de uma finalidade metafísica, tornaram-se os postulados dominantes até o aparecimento de seus primeiros críticos no século XX (ROSSI, 2001). Dessa forma, a Ciência da Informação (ou o conjunto de disciplinas que a comporiam), ao pensar sua própria estrutura científica, privilegiou a organização do conhecimento estruturado em bases científicas e com suportes escritos. A idéia de mediação que se apresentava então era a de fazer chegar o conhecimento especializado aos técnicos, cientistas (via organização/disseminação), ou ao público mais leigo (porém escolarizado), por meio das diversas formas de divulgação científica. (ALMEIDA; CRIPPA, 2009). Desde Walter Benjamin até Michel Foucault, assiste-se a um questionamento de natureza filosófica em relação a uma teoria do conhecimento criticamente renovada, construída através de releituras históricas das trajetórias e arranjos produzidos pelas instituições produtoras de conhecimento (BENJAMIN, 1984; FOUCAULT, 1988).

No caso das manifestações artísticas, as instituições desempenham papel fundamental – valeria mencionar aqui as perspectivas complementares de Pierre Bourdieu (1996) e Howard Becker (1977; 2009) em relação ao papel desempenhado pelas instituições no que tange à delimitação de fronteiras entre o que é considerado artístico e o que não é, que envolve a constituição de cânones, convenções e comunidades interpretativas. No caso das atividades de mediação da informação artística e patrimonial, estamos diante de um processo complexo, que envolve um conjunto de operações e decisões que demandam, além da capacidade técnica dos mediadores, sensibilidade cultural e um certo grau de habilidades criativas<sup>1</sup>. Nesse caso, vale retomar o conceito de **comunidade interpretativa** de Becker, compreendida como “a rede de pessoas que faz uso de uma forma particular de representação – partilha algumas regras que governam aquilo em que seus membros deveriam acreditar e quando e por que deveriam acreditar nisso.” (BECKER, 2009, p. 76). As maneiras de falar de algo, a construção de representações sociais, como no caso da arte, dependem do modo de compreensão dos interlocutores. Produtores mudam o modo como contam sua história quando querem atingir um novo público. Podemos sempre nos perguntar, portanto, a quem se destina a representação e quem compreende o que ela quer dizer. A escolha de linguagens determina o aumento ou a restrição do público, e, indiretamente, a maior ou menor necessidade de mediações subjacentes.

<sup>1</sup> Não estabeleceremos uma definição fechada de mediação – a idéia de mediação acaba por cobrir atividades bastante diferentes entre si, desde aquelas focadas no “atendimento ao usuário”, como, por exemplo, a atividade de um agente cultural em uma dada instituição (museu, biblioteca, arquivo, centro cultural) até a construção de produtos destinados a introduzir o público num determinado universo de informações e vivências (arte, educação, ecologia). Também compreenderia a elaboração de políticas de capacitação ou de acesso às tecnologias de informação e comunicação. Desse modo, uma definição consensual de mediação parece impraticável: sempre contextualizada, torna-se um conceito plástico que estende suas fronteiras para dar conta de realidades muito diferentes entre si. (DAVALLON, 2003)

Essas exigências são ainda mais presentes quando consideramos propostas que saem dos espaços institucionais tradicionais (como museus e centros culturais) e se apropriam do espaço urbano, buscando ampliar seu público, dialogando com os cidadãos que habitam a metrópole.

Aprender a ler os referenciais subjacentes às paisagens existentes é o ponto de partida para se questionar de que maneira se constrói o horizonte das expectativas sobre arte e patrimônio por parte dos moradores das cidades. A presença de edificações e marcos semióticos que não pertencem aos cânones da arte, da arquitetura e do urbanismo e ligados às tradições patrimoniais desafia a assumir um ponto de vista positivo e não arrogante ou depreciativo. De fato, pertence ao âmbito acadêmico certa tendência a olhar para as expressões da cultura material emitindo julgamentos que decorrem do capital cultural acumulado em ambientes fortemente letrados.

Na visão de Marc Augé, por exemplo, o que ele denomina de supermodernidade imporia às pessoas experiências e vivências de solidão ligadas ao surgimento e proliferação de não-lugares, ou seja, de espaços desprovidos de uma identidade cultural de um ponto de vista antropológico. Nessa perspectiva, os **não-lugares** designam duas realidades distintas, porém complementares:

- a) os espaços constituídos em relação a certos fins (transporte, comércio, lazer);
- b) a relação que os indivíduos estabelecem com estes espaços.

O não-lugar define-se assim por seu “modo de usar” — os indivíduos só interagem com textos, seus interlocutores são pessoas morais ou instituições. Ocorre uma invasão do espaço pelo texto e, concomitantemente, uma des-identificação dos indivíduos, reduzidos à interpretação de papéis: “o espaço do não-lugar não cria nem identidade singular, nem relação, mas sim solidão e similitude”. (AUGÉ, 1994, p. 95) Essa perspectiva acadêmica apocalíptica em relação à supermodernidade, ou pós-modernidade, acaba por fazer eco às visões patrimonialistas e de valoração estética, arquitetônica e urbanística que limitam-se, ainda hoje, aos cânones tradicionais. Isso implica em desconsiderar os chamados não-lugares, que passam a ser negados como marcos e presenças no tecido das cidades. Negando, porém, a realidade das grandes arquiteturas de galpões e hiper-mercados, bem como as escolhas estéticas de prédios comerciais e residenciais tanto de pequeno como de grande porte, torna-se difícil estruturar o elo entre as concepções patrimoniais elaboradas em âmbito institucional e a percepção e atribuição de valores estéticos e artísticos da população. O problema aqui é refletir acerca das mediações de informação artística e patrimonial, com especial ênfase no contexto urbano, a partir de uma perspectiva que não reduza

a alguns estereótipos negativos os indivíduos que as vivenciam como “público”. Obviamente, desenvolver essa problemática no espaço destinado a esse texto é impossível, portanto o que faremos, a partir da apresentação de alguns casos, é organizar algumas questões e reflexões para se iniciar uma discussão em torno do tema.

## 2 Mediações artísticas e patrimoniais no contexto urbano: alguns casos e *insights*

A instalação *Modelos*, de Gustav Metzger, realizada em 2007 para o *Skulptur Project* de Munique é, sem dúvida, uma manifestação artística, na medida em que o aspecto formal de sua apresentação institucional coloca o público perante expectativas culturalmente construídas pelas noções da arte contemporânea. Por outro lado, os materiais usados, plataformas de aço com carros pendurados quase na vertical, encontram um uso freqüente na decoração urbana de natureza efêmera e comercial em diversos centros urbanos. Encontramos, por exemplo, um carro exposto em uma “parede” numa avenida de Ribeirão Preto, no interior do Brasil, bem como em uma praça de Viña del Mar, no Chile, com evidentes finalidades publicitárias. Outro carro despenca de um *outdoor* de uma lanchonete em Quito, no Equador, enquanto uma loja de São Paulo utiliza o mesmo recurso no seu interior. E, ainda no Brasil, em uma pequena cidade do interior paulista, Sertãozinho, uma revenda de peças de caminhão escolheu levantar a cabine inteira de um caminhão a uma altura de dez metros do chão, tornando-a visível dos dois sentidos da rodovia de quatro pistas que corta a cidade.

Se, de um lado, é clara a distância entre a proposta de Metzger e as intenções comerciais dos outros exemplos propostos, é bem verdade que o conhecimento de sua obra sofre, ainda mais, dos limites de uma mediação para um público mais amplo do que aquele dos conhecedores do circuito artístico internacional. Com efeito, a visibilidade dos exemplos “populares” que, formalmente, remetem de alguma maneira à obra de Metzger é, sem dúvida, maior, apesar de, aparentemente, desprovidos de qualquer semântica ou intenção artística. No entanto, não se trata também de manifestações portadoras de valores e intenções estéticas, em busca de uma apreciação por sua ousadia, por sua presença como ato volitivo e, em seu equilíbrio precário, de expressão?

Esses marcos “populares” se confundem, se contaminam, adquirindo, quando em um ambiente erudito, valor de arte, na medida em que se encontram “institucionalizados”, na medida em que carregam a chancela do próprio sistema das artes. Nossa intenção seria a de derivar *insights*, analogias e estímulos de

imagens inesperadas, mas que compõem o horizonte estético cotidiano, para refletir acerca de mediações eficazes no âmbito artístico e patrimonial urbano. Partiríamos de uma abordagem do estudo da paisagem urbana existente, com a finalidade de questionar o próprio olhar que costumamos ter sobre a cidade, com base na reflexão sobre os interesses culturais das instituições que identificam o patrimônio histórico, cultural e artístico e suas manifestações. Por outro lado, propomos a observação de uma produção contínua de uma arte que poderíamos chamar de “comercial popular”, uma heráldica persuasiva que permeia a paisagem.

As visões patrimonialistas, de valoração estética, arquitetônica e urbanística têm, com frequência, se atrelado aos modelos de desenvolvimento urbano europeu, erigidos a partir de um centro, em torno de uma praça. As cidades brasileiras fundadas entre os séculos XIX e o XX têm respeitado, em sua origem, esse padrão, mas passaram, cada vez mais, a criar um efeito de “espalhamento” em volta das autovias, assumindo, cada vez mais, feições urbanas distantes desse modelo. Apesar das mudanças na própria estrutura urbana das funções dos lugares comerciais, pouca reflexão de natureza estética foi dedicada a eles. Tratar estes espaços como “não-lugares”, como quer Marc Augé, é defini-los pela ausência, é não perceber como a arte institucionalizada pode se contaminar com manifestações estéticas populares e vice-versa. No âmbito acadêmico percebe-se uma tendência ao lamento pelo que se considera uma “perda” estética, ainda que, com relutância, se reconheça a possibilidade de que “[...] la anarquía arquitectónica en ocasiones desemboque en resultados que tienen que ver con una belleza totalmente barroca” (LAPLANTINE; NOUSS, 2007, p. 191).

Nas palavras de Robert Venturi, “há algo de paradoxal no processo de aprendizagem: olhamos para a história e a tradição para seguir em frente, também podemos olhar para baixo a fim de ir para cima.” (VENTURI, 2003, p. 27). A suspensão do juízo pode ser usada como uma ferramenta para tornar julgamentos posteriores mais sensíveis, abrindo a possibilidade de aprender com tudo. A análise de elementos urbanos claramente construídos e dispostos com finalidades estéticas, ainda que sem uma busca de reconhecimento institucional nesse sentido, é uma atividade socialmente desejável, na medida em que permite uma maior compreensão e nos torna menos autoritários na definição do que é arte e patrimônio. Por outro lado, e particularmente no caso da América Latina, a contemporaneidade e suas tecnologias de informação e comunicação tornam esse cenário ainda mais complexo. Autores que atuam de perspectivas diferentes, como Michel de Certeau (2000), Néstor Garcia Canclini (2003; 2005)

e Robert Venturi (2003), entre outros, levantaram questões relacionadas às dificuldades de estabelecer fluxos informacionais em um universo urbano marcado pela hibridização cultural e pela segmentação espacial e social. Desse modo, as atividades de mediação são repensadas a partir de um diálogo com comunidades interpretativas que constituem o público dessas iniciativas, buscando mapear os quadros sociais de significação que norteiam seus juízos e apropriações em torno da produção artística posta em cena. Como aponta Canclini (1997), é necessário prestar atenção ao desmoronamento das fronteiras entre o erudito e o popular, através de processos comunicacionais e políticos massivos que reorganizam, sob novas regras, o hegemônico e o subalterno.

A maioria dos críticos de arte e dos urbanistas, ainda hoje, desconsidera, por exemplo, a iconologia contínua de uma arte comercial que poderíamos chamar de “popular”, o sistema de imagens e palavras que permeiam o ambiente urbano. Aqueles que, dotados de instrumentos e capital cultural, se apercebem e reconhecem o ecletismo de beira de estrada, com frequência o denigrem, pois a tendência canônica é a de agregar valor artístico aos espaços tradicionais, com uma forte valorização do centro da cidade, que congrega as edificações públicas e/ou religiosas a partir de uma praça. Ainda que o padrão das cidades brasileiras se organize originalmente a partir desse modelo, é bem verdade que seu desenvolvimento, ao longo da segunda metade do século XX, se balizou muito mais nos princípios acima citados de “espalhamento” em volta de “rotas” autoviatórias, aproximando-se, nisso, aos modelos norte-americanos de urbanização. O *habitus* de observar as realidades urbanas pelo espectro dos modelos europeus não deve, todavia, impedir a observação de elementos urbanos que remetem, sem dúvida, a paisagens que evocam panoramas artificiais de cidades como, por exemplo, Las Vegas.

Na rodovia SP 330, que liga a capital paulista a alguns importantes centros de agronegócios do interior do Estado, como Campinas, Pirassununga, Ribeirão Preto, podemos observar cenas dessa natureza. Na altura da cidade de Pirassununga, destaca-se o Motel Vênus, situado em um trecho periférico da mesma cidade. Sua arquitetura externa e sua decoração ecoam o luxo de uma vila romana, buscando a atenção dos motoristas cansados, para persuadi-los a desistir de lugares de pouso mais “rurais”. Ao luminoso que anuncia o Motel Vênus, cercado de estátuas “clássicas”, segue-se, dois quilômetros mais adiante, o luminoso do Motel Castellús (*sic!*), do qual são visíveis as “muralhas” e as “torres” medievais, que o tornam uma verdadeira “fortaleza”. Trata-se de uma comunicação que domina o espaço, como elemento arquitetônico e paisagístico, pensado para uma escala de paisagem de quem transita de carro, sem visitar a cidade.

Nas cidades atuais os letreiros se erguem em formas diante das quais o vocabulário da história da arte não conhece definições. Podemos timidamente tentar esboçar alguns nomes: “raquete moderna”, “alienígena sorridente”, “guitarra gigante”, “deus da pizza”, entre outros que, tridimensionalmente, informam e prometem delícias, diversão e “qualidade de vida”. O símbolo domina o espaço, o letreiro e suas formas estetizam, de maneira inesperada, a paisagem.

Um foco enriquecedor para nossas reflexões pode ser identificado em iniciativas artísticas como a *Cow Parade*, realização artística institucional de grande impacto global cuja manifestação transforma e integra também o tecido urbano da capital paulista. Contrastando com essa manifestação, é possível abordar outras manifestações institucionais e populares de intervenção visual no contexto urbano de cidades de menor porte, observando apropriações, integrações e, principalmente, elaborações espontâneas que, em suas manifestações estéticas recorrentes, apontam para a necessidade de uma discussão.

A *Cow-Parade* consiste em uma exposição de vacas em fibra de vidro em tamanho natural, produzidas em série e customizadas por vários artistas locais. O *site* da exposição urbana assim explica a iniciativa:

Há algo de mágico sobre a vaca. Ela representa coisas diferentes para pessoas diferentes ao redor do mundo: é sagrada, é histórica, mas o sentimento comum é de carinho. Ela simplesmente faz todos sorrirem. Servindo como uma tela de arte, não existe nenhum outro animal ou objeto que fornece a forma, flexibilidade e amplitude de uma vaca. As três formas (de pé, pastando, repousando) fornecem aos artistas ângulos e curvas para criarem obras de arte únicas. Seu modelo também permite que ela seja caracterizada. Ela pode se transformar em outros animais, pessoas ou objetos. (COW PARADE, 2010<sup>2</sup>)

<sup>2</sup> Documento eletrônico.

Colocadas em esquinas, canteiros, postos de gasolina, estações de metrô, as vacas coloriram a cidade de São Paulo e despertaram, nos transeuntes, interesses e reações diversos por sua presença.

Em Ribeirão Preto, rica cidade do interior paulista, durante as últimas duas edições da feira do livro anual foi realizada uma *Pingüim-Parade*, evidente referência à performance paulistana. Na primeira edição, em 2009, doze pingüins foram moldados por alunos das escolas de Ribeirão Preto em papel machê e, em seguida, foram customizados por outros tantos artistas locais. Os pingüins foram, em seguida, colocados em vários pontos da feira, na tentativa de tornar o encontro com cada pingüim um “evento” durante o passeio pelos estandes da feira. Infelizmente, pelo tamanho e pelos materiais utilizados, os encontros com os pingüins não se realizaram de maneira consistente. Uma nova tentativa de *Pingüim-Parade* foi realizada no ano seguinte, em 2010, mas, dessa vez, sempre na tentativa de permitir o “encontro”

dos visitantes com esses objetos tridimensionais, eles foram reunidos em círculo na parte central da feira, ao invés de serem espalhados. O resultado foi melhor em termos visuais, graças aos materiais utilizados, mas por outro lado, na serialidade do molde dos pingüins perdeu-se um aspecto relevante de um ponto de vista de envolvimento social, pois nessa segunda edição foram excluídos os alunos das escolas públicas que, na edição anterior, participaram diretamente na “construção” dos animais. À esteticização dos objetos seguiu-se uma exclusão dos sujeitos que foram, assim, afastados do processo de produção artística. Constatou-se, também, que não há indícios dessa iniciativa na programação online da própria feira, dificultando, assim, uma aproximação ao evento artístico por parte dos visitantes da feira.

Deve ser realçado, também, o aspecto mais puramente comercial dessa experiência artística no meio urbano. Enquanto a *Cow-Parade*, de acordo com a proposta global da qual a exposição paulistana é o evento “local”, se propõe a venda das vacas e a doação do dinheiro arrecadado às instituições beneficentes, a *Pingüim-Parade* é uma manifestação ligada às tradições locais. Com efeito, o pingüim tornou-se símbolo da cidade de Ribeirão Preto por ser a logomarca da cerveja Antártica, até poucos anos atrás produzida na própria cidade. Lugar símbolo ligado à cervejaria é, até hoje, o famoso Bar *Pingüim*, localizado no centro da cidade. Ao mesmo tempo em que os pingüins buscaram o rumo das vacas paulistanas, eles reforçaram a relação simbólica com um dos elementos historicamente relevantes do desenvolvimento econômico da cidade, a indústria de cerveja. Percebe-se, nesse exemplo, a estreita relação que a heráldica comercial estabeleceu com objetos projetados como arte, chancelados pelas instituições como produto de valor cultural, enquanto os carros suspensos, os letreiros moldados em formas diferentes, ainda que capazes de surpreender os observadores, ainda que parte integrante do panorama urbano, ainda que carregados de intenções decorativas para provocar experiências estéticas nos transeuntes, pouco têm sido explorados na perspectiva de uma crítica estética e cultural da cidade e de suas potencialidades artísticas e, em alguma medida, patrimoniais.

### 3 Algumas considerações sobre patrimônio e mudanças nos processos de mediação

A noção de patrimônio está vinculada, de maneira evidente, ao processo de construção do Estado-Nação europeu, tornando-se elemento articulador das identidades nacionais. É, com efeito, nesse contexto que surge a noção de patrimônio cultural na modernidade, principalmente por vontade de classes culturalmente



hegemônicas que disputam no âmbito dos projetos político a configuração do modelo de estado nacional. Ao longo do século XIX e de boa parte do século XX, destaca-se o interesse pela materialidade de lugares e objetos que materializassem valores de um ponto de vista estético, científico ou espiritual. Trata-se da constituição de um patrimônio histórico fundamentado na reflexão sobre o passado, ainda que constantemente alimentado por criações do presente. Dessa forma, o discurso patrimonialista da esfera pública constrói-se em uma visão de cultura atrelada a monumentos emblemáticos, com base na “excepcionalidade” das obras, na perspectiva de um enaltecimento de um passado dotado de sentidos estabelecidos e da construção das identidades nacionais. Nas Américas, ao mesmo tempo em que se disseminava essa idéia de patrimônio e suas tendências conservativas, tornou-se popular uma concepção de museu que também se voltava para a solidificação das identidades nacionais.

O modelo de transmissão que caracteriza esse mundo da cultura positiva em que se constitui a noção de patrimônio e de museu pode ser esquematizado na seqüência linear e unidirecional de Comunicador → Meio → Receptor (HOOPER-GREENHILL, 2000). Nesse dispositivo se considera o receptor somente na medida em que é necessário verificar a eficácia da mediação entendida como precisão da recepção. A seleção e o controle do significado são tarefas exclusivas do comunicador/mediador, enquanto os meios são os focos da comunicação, e o termo “disseminação” bem representa este ato que vê no público um receptor passivo.

Trata-se de um modelo que carrega um “imperativo moral”: a função do patrimônio e dos museus é educativa, os processos elaborados visam “ministrar” informações para que sejam assimiladas. A impositação da mediação é puramente técnica em sua perspectiva de produzir suportes educacionais. O princípio de autoridade pertence ao comunicador/mediador, na forma de dotação do conhecimento legítimo a ser disseminado para um “grande público”. Este, na ausência de pesquisas sobre o público embasadas na perspectiva de cultura como “concreto sistema de significação”, ou seja, concentrando a atenção sobre aqueles aspectos da vida social que contribuem à construção dos sentidos (WILLIAMS, 2000), é pensado como conjunto de indivíduos indistintos por gênero, etnia, e nível social.

As idéias de Nação, de Origem, de um passado nacional coletivo, sustentam a patrimonialização e as coleções públicas, mesmo quando elas reúnem objetos provenientes também de outros espaços, que podem marcar os “sacrifícios” consumados para obtê-los, ou as capacidades de exploração e de negociação do próprio Estado. Cidades e museus se tornam, nesse sentido,

“depósitos” de objetos que estabelecem os elos da história nacional que, em seu ato de preservação de um patrimônio comum, devem e podem ser acessíveis a todos (CRIPPA, 2005). Nesse sentido, se tornam um instrumento de “pedagogia do cidadão”. Há, todavia, vários problemas de dinâmica de inclusão/exclusão dessa cidadania moderna, que se delineia no século XVIII: a cidadania proposta inclui formas de desigualdades de gênero, raça e etnia. (HALL, 2006)

As concepções modernas de patrimônio e de museu são positivas, e elas se propõem representar os ideais do saber enciclopédico e universal, visível na própria separação de espaços em que os estudiosos se contrapõem ao público genérico: aos primeiros é delegada a tarefa de estabelecer as normativas das práticas de aprendizagem do segundo (MOLFINO, 2003). O receptor é considerado na medida em que é possível formular um julgamento sobre a eficácia da recepção da mensagem, enquanto a seleção e o controle do significado cabem ao comunicador. Com efeito, verifica-se a precisão da recepção, com base em perspectivas em que a aprendizagem se realiza por reação a estímulos.

O papel do mediador, nessas condições, é pedagógico, no sentido que ele é disseminador de saberes legitimados institucionalmente e quem estrutura a matéria da disseminação para sua assimilação. Enfim, a função expositiva é de Pedagogia do Estado, na medida em que se atua através de procedimentos que “ministram” informações representativas de valores que, supostamente, transformam o indivíduo em cidadão modelo.

O modelo de transmissão linear, de disseminação para um grande público indistinto ainda encontra-se muito presente nas práticas de mediação. A idéia de públicos ativos na apropriação da informação é o resultado do processo crítico que se manifesta na segunda metade do século XX, pelas contestações pós-coloniais e feministas, que se traduzem em campos de reflexão acadêmica, tornando-se, assim, processos legítimos de manipulações institucionais. Esses estudos não reconhecem, na ordem institucional das culturas materiais de patrimônios e museus, papéis igualitários de cidadania. Em poucas palavras: a ruptura no modelo de disseminação se realiza quando o projeto pedagógico da modernidade se depara com os excluídos do espaço público e de sua representação de cidadania.

Os tempos de amadurecimento e legitimação das contestações encontram somente na década de 1990 a reflexão para o desenvolvimento de técnicas de mediação eficazes sob o perfil da transferência e apropriação da informação, buscando uma maior compreensão dos públicos e dos sentidos que esses adquirem no âmbito de suas referências. Patrimônios e museus encarnam e representam valores sociais, que agem no sentido de enfatizar,

minimizar, demonstrar ou dissimular conhecimentos, através de suas narrativas. A escolha dessas se traduz no princípio de autoridade atribuído à voz institucional que as explicita na mediação, entrelaçando as definições de saberes e de poderes.

Os limites dessa pedagogia para a formação da cidadania se evidenciam quando Stuart Hall introduz um enfoque multiculturalista nos estudos culturais. Ele busca uma representação da identidade afro-caraíblica em suas faces negra e de filha da escravidão, faces até então desconhecidas e/ou ignoradas nas narrativas elaboradas em relação à organização da cultura material (HALL, 2003). Se a apropriação da informação se dá a partir de uma experiência ou da expectativa em relação a um dado significado, isso determina, em primeira instância, a própria decisão de um indivíduo visitar ou ficar longe de um espaço expositivo. A crítica de Hall leva a uma importante conclusão: para aqueles cuja história é contada a partir de uma perspectiva que eles consideram alheia, o patrimônio, os museu e seus produtos se tornam não somente algo a ser evitado como, também, contestado.

#### 4 Considerações finais, paradoxos e desafios

Como apontou Canclini (2003; 2005), torna-se estratégico e fundamental atentar ao desmoronamento das fronteiras entre o erudito e o popular, que por meio de processos comunicacionais e políticos massivos reorganizam, sob novas convenções e regras, o hegemônico e o subalterno. Ao propormos uma abordagem de estudo da paisagem urbana existente, tínhamos a finalidade de questionar o próprio olhar que costumamos ter sobre a cidade, olhar que se reflete nos interesses culturais das instituições que identificam o patrimônio histórico, cultural e artístico e suas manifestações. A observação da arte “comercial popular” que permeia as paisagens urbanas procurou elencar alguns elementos para essa discussão.

A Ciência da Informação por muito tempo reservou uma posição privilegiada, quando não única e exclusiva, à informação dita científica como objeto de seu estudo e atuação. Canclini (2005) nos alerta para essa questão, apontando para um processo de hibridização cultural que também afetaria as fronteiras estabelecidas dos saberes. Nos últimos anos é perceptível perceber que essa rigidez do campo acadêmico tem se atenuado um pouco, principalmente graças às discussões que envolvem os processos de apropriação da informação, dando atenção maior à figura do “usuário” como sujeito dialogante e ativo, e não unicamente como receptor passivo. Nesse sentido, houve a necessidade de ampliar a própria noção de informação para além da ideia acadêmica de ciência, incluindo elementos que pertencem aos saberes

populares, multiétnicos e cotidianos. Observa-se também que o estudo dos processos de mediação ampliou as potencialidades informacionais para espaços não-tradicionais, como o próprio espaço urbano.

Na medida em que estes espaços tradicionalmente têm sido considerados ilegítimos ou irrelevantes, a reflexão acerca da mediação cultural que aí poderia ser exercida é bastante incipiente. As representações sociais embutidas nos processos culturais só existem plenamente quando alguém as interpreta, completando o circuito da comunicação, construindo para si uma realidade a partir dessa apropriação. Tradicionalmente, as atividades de mediação tem sido vistas como facilitadoras desse processo, mas também, tradicionalmente, poucas vezes elas levam em consideração as competências dos usuários, especialmente os “leigos”. O aumento da complexidade social transborda para além dos muros da universidade, criando campos de saberes e de superespecializações nos territórios do cotidiano que devem ser considerados para a compreensão de processos culturais como os mencionados anteriormente (para um bom exemplo, vide De BOTTON, 2009). Sabemos, como observa Howard Becker, que alguns processos culturais e representações da vida social exigem que seus usuários realizem uma grande quantidade de trabalho:

Quantos usuários têm o conhecimento e as habilidades necessárias para fazer esse trabalho? Que acontece se não puderem ou não quiserem fazê-lo? Como levar os produtores de representações a lidar com a habilidade diferencial e a disposição dos usuários para fazer o trabalho que seus relatos exigem? (BECKER, 2009, p. 62)

Repousam aí, talvez, as questões norteadoras para a elaboração de políticas de mediação cultural e patrimonial que considerem ativamente o papel dos usuários.

Entretanto, é necessário frisar que não se está abraçando aqui uma perspectiva de “populismo cultural” que aceita *per se* manifestações estéticas de cunho popular, de forma acrítica. Nesse sentido vale relembrar o que pondera George Yúdice (2006): a cultura hoje é um recurso que gera e atrai investimentos, e cuja distribuição e utilização – seja para o desenvolvimento econômico e turístico, seja para as indústrias culturais ou novas indústrias dependentes da propriedade intelectual –, revela-se como fonte estratégica para a estruturação social. Assim, a cultura pressupõe seu gerenciamento, abrindo uma perspectiva distinta das características da alta cultura e da cultura cotidiana presentes na reflexão da teoria social clássica sobre o tema. Pensada nessa perspectiva, a cultura conteria e expressaria elementos importantes para os agenciamentos da sociedade civil, visando seu desenvolvimento econômico, social e político.

■  
<sup>3</sup> Que se traduz muitas vezes numa economia política que se fundamenta no esforço coletivo de transformar atividades sociais em propriedades, sobretudo, intelectuais, que mereceria toda uma discussão à parte, mas que, dadas as limitações de espaço, não será possível desenvolver aqui.

A consolidação desse processo se deu principalmente entre as décadas de 1960 e 1990, acompanhando o advento da concepção de capital cultural (complementarmente à idéia de desenvolvimento econômico), com a decorrente proliferação das diversas organizações agenciadoras de cultura, pulverizadas numa diversidade de projetos concorrenciais, muitas vezes submetidos a critérios de utilidade para obter acesso aos investimentos sociais. Constituiu-se assim uma economia cultural composta por um conjunto de ações e produções culturais alinhavadas com o crescimento econômico<sup>3</sup>. Por outro lado, ocorre uma perda da transcendentalidade da cultura e uma certa “deslegitimação” da liberdade criativa que rompe com a lógica dos atores e das instituições culturais, em sintonia com uma crescente e emergente atividade urbana. Se, de um lado, isso dinamizou as identidades dos lugares, também gerou deslocamentos de referências diversas: a aproximação da globalização a culturas diferentes aumentou o questionamento das normas.

No horizonte das múltiplas afirmações evocadas por esses produtos e símbolos, emerge um comércio de marcas com o selo da cidadania cultural que legitima um modelo de consumo cidadão: ao consumir identidades que se afirmam politicamente, o próprio ato de comprar torna-se político – ou **pode** tornar-se (YÚDICE, 2006; CANCLINI, 1995; 2005). Essa economia cultural baseada na experiência dos consumidores e fortemente auxiliada pela difusão das tecnologias de informação e comunicação permitiria aos atores locais, em alguns casos, encenar e desempenhar as normas sociais e também exteriorizar sua crítica a elas, abrindo ao mesmo tempo a possibilidade de se apropriar desses processos culturais e provê-los de conteúdo local.

O que vai determinar a maior ou menor autonomia dos atores locais nesse processo, em nosso entender, é o grau de acesso e apropriação das informações culturais relevantes que perpassam o mesmo. Aqui, as mediações culturais e informacionais podem desempenhar um papel estratégico.

Como salienta Barthes (2003), existe uma “naturalização” da experiência cotidiana que, na medida em que não é historicamente considerada, torna-se, em sua análise, “mito”, portanto não mais explicável, mas, sim, explicativa dos fenômenos. Ao destacarmos e dedicarmos uma análise aos objetos silenciados – porém não silenciosos – temos a possibilidade de encontrar novos pontos de discussão, crítica e ressemantização da materialidade e do simbólico pela vivência que deles têm usuários e instituições. Como propõe Jameson (1996), baseado nas propostas de Kevin Lynch de uma estética do mapeamento cognitivo, seria possível pensar-se em uma cultura política e pedagógica que fosse capaz

de dotar os sujeitos de um sentido mais complexo de seu lugar no sistema social, levando em conta essa dialética extremamente complexa das representações sociais e dos processos culturais, inventando formas radicalmente novas que lhes façam justiça.

## Mediations artistic and informational in urban context: some reflections and paradoxes.

### ABSTRACT

This paper offers support to discuss the nature of artistic and patrimonial mediation in urban space, considering their informational and communicational aspects. Some cultural manifestations in towns of different size are used in order to supply elements and hypothesis that establish their differences inside the traditional institutional spaces. The paper underlines the need of searching for new references and parameters that consider positively the active roles and knowledge of users. The paper ends with a short reflection on cultural politics that respects these specificities and on the new challenges of thinking the best mediations for this aim.

**KEYWORDS:** Mediation. Information. Art. City. Hybrid cultures.

## Mediaciones artísticas y de información en el contexto urbano: algunas reflexiones y paradojas

### RESUMEN

En este trabajo se ofrece apoyo a discutir la naturaleza de la mediación artística y patrimonial en el espacio urbano, teniendo en cuenta sus aspectos de información y comunicación. Se utilizan algunas de las manifestaciones culturales en las ciudades de distinto tamaño con el fin de aportar elementos e hipótesis que establecen sus diferencias dentro de los espacios institucionales tradicionales. El documento subraya la necesidad de buscar nuevas referencias y parámetros para considerar positivamente el papel activo y el conocimiento de los usuarios. El documento termina con una breve reflexión sobre la política cultural que respete estas especificidades y sobre los nuevos retos de pensar las mejores mediaciones para este fin.

**PALABRAS CLAVE:** Mediación. Información. Arte. Ciudad. Culturas híbridas.

### Referências

ALMEIDA, Marcos Antônio; CRIPPA, Giulia. De Bacon à Internet: considerações sobre a organização do conhecimento e a constituição da Ciência da Informação. **Ponto de Acesso**, Salvador, n. 3, p. 109-131, ago. 2009. Disponível em: <<http://www.portalseer.ufba.br/index.php/revistaici/article/view/3284/2613>>. Acesso em: 02 fev. 2011.

AUGÉ, Marc. **Não-lugares**: introdução a uma antropologia da supermodernidade. Campinas: Papirus, 1994.

BARTHES, Roland. **Mitologias**. Rio de Janeiro: DIFEL, 2003.

- BECKER, Howard S. **Uma Teoria da ação coletiva**. Rio de Janeiro: Zahar, 1977.
- \_\_\_\_\_. **Falando da sociedade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2009.
- BENJAMIN, Walter. **Origem do drama barroco alemão**. São Paulo: Brasiliense, 1984.
- BOURDIEU, Pierre. **As Regras da Arte: gênese e estrutura do campo literário**. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.
- CANCLINI, Néstor Garcia. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: Ed. da UFRJ, 1995.
- \_\_\_\_\_. **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. São Paulo, Edusp, 1997.
- \_\_\_\_\_. **Diferentes, desiguais e desconectados**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2005.
- \_\_\_\_\_. **A Globalização imaginada**. São Paulo: Iluminuras, 2003.
- CERTEAU, Michel de. **A Invenção do cotidiano**. Rio de Janeiro: Vozes, v. 1 - Artes de fazer, 2000.
- COW PARADE. São Paulo, 2010. Disponível em: <<http://www.cowparade.com.br/cowparade.php>>.
- CRIPPA, Giulia. Entre paixão e necessidade: a arte de colecionar, os espaços da memória e do conhecimento na história. In: FURNIVAL, Ariadne Chloe; COSTA, Luzia S. Fernandes (Orgs.). **Informação e conhecimento: aproximando áreas de saber**. São Carlos: EdUFSCar, 2005.
- DAVALLON, Jean. La médiation: la communication en procès? **MEI: Médias et Information**, Paris, n. 19, p. 37-59, 2003.
- De BOTTON, Alain. **Os Prazeres e desprazeres do trabalho**. Rio de Janeiro: Rocco, 2009.
- FOUCAULT, Michel **Le Parole e le cose: um' archeologia delle scene umane**. Milano: B.U.R., 1988.
- HALL, Stuart. **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: Humanitas, 2003.
- \_\_\_\_\_. **A Identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.
- HOOPER-GREENHILL, Eilean. Nuovi valori, nuove voci, nuove narrative: l'evoluzione dei modelli comunicativi nei musei d'arte. In: BODO, Simona (Org.). **Il Museo relazionale: riflessioni ed esperienze europee**. Torino: Fondazione Giovanni Agnelli, 2000.
- JAMESON, Fredric. **Pós-Modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio**. São Paulo: Ática, 1996.
- LAPLANTINE, François; NOUSS, Alexis. **Mestizajes: de Arcimboldo a zombi**. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2010.
- MOLFINO, Alessandra M. **Il Libro dei musei**. Torino: Allemandi, 2003.
- ROSSI, Paolo. **O Nascimento da ciência moderna na Europa**. Bauru: Edusc, 2001.
- VENTURI, Robert; SCOTT BROWN, Denise; IZENOUR, Steven. **Aprendendo com Las Vegas**. São Paulo: Cosac & Naify, 2003.

WILLIAMS, Raymond. **Cultura**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2000.

YÚDICE, George. **A Conveniência da cultura**: usos da cultura na era global. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.

### **Giulia Crippa**

*Doutora em História Social pela Universidade de São Paulo (USP).*

*Professora do curso de Ciências da Informação e Documentação da FFCLRP-USP. Professora do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade de São Paulo (PPGCI-ECA/USP).*

*E-mail: giuliac@ffclrp.usp.br*

### **Marco Antonio de Almeida**

*Doutor em Ciências Sociais pela Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP).*

*Professor do curso de Ciências da Informação e Documentação da FFCLRP-USP.*

*Professor do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade de São Paulo (PPGCI-ECA/USP).*

*E-mail: marcoaa@ffclrp.usp.br*