O LUGAR DO **PÚBLICO**

Sobre o uso de estudos e pesquisas pelos museus

SOB A DIREÇÃO DE
JACQUELINE EIDELMAN
MÉLANIE ROUSTAN
BERNADETTE GOLDSTEIN

ILUMINURAS

OBSERVATÓRIO
ITAÚ CULTURAL

Resumo de O Lugar do Público

O lugar do público não é uma questão nova em cultura e arte. Desde sempre, artistas e os que pagavam para que existisse arte (a cultura existe por si mesma, quase) queriam saber se uma obra iria agradar, alcançar seus objetivos.

As respostas que encontravam eram mais imediatas e intuitivas, menos sofisticadas (lembrar que sofisticado quer dizer também falso, enganoso, artificioso) que as de hoje. Mais tarde, por um lado, deixou-se de acreditar no valor intrínseco da arte e da cultura, que não mais comovem por si mesmas os que decidem sobre ela; por outro, os instrumentos de investigação tornaram-se mais complexos e sofisticados (ou sofisticados); terceiro, a ideia de democratização da cultura e da arte deslocou para o foco do público uma reflexão (ou política) antes voltada para o produtor, o artista.

E quarto, mais relevante, transformações tecnológicas alteraram radicalmente cultura e arte – bem como seu público, seus criadores e seu lugar na sociedade. Este livro oferece uma visão de conjunto dos rumos desta disciplina que responde pelo nome de estudos de público , do que se fazer para desenvolvê-la e, também, de modo indireto, de como evitar os excessos visíveis no interior desse território de investigação que corre o risco de tornar-se autônomo e desligado das preocupações reais dos criadores e dos destinatários da cultura e da arte.

As linhas de pesquisa propositivas e positivas emergem aqui ao redor de cinco eixos- 1) a cultura como componente de uma economia e uma sociedade em movimento , sem referentes fixos; 2) a mudança nos modos de consumo de cultura e arte; 3) o novo papel simbólico da cultura e da arte; 4) os novos rumos da produção, difusão e mercado da cultura; 5) as possibilidades de planejamento da cultura e da arte.

E ao lado delas, como marcas d’água de sinal contrário, as ideias que configuram as armadilhas criadas pelos estudos de público para si mesmos, a cultura e a arte- 1) a tecnocratização da política cultural e, portanto, da cultura e da arte; 2) a ideia de que o consumo da cultura e da

arte pode ser medido por índices; 3) a ideia de que mais estudos estatísticos e sociológicos levarão ao perfeito equacionamento do problema da cultura ; 4) a utopia de que uma instituição cultural pode ser orientada a cumprir mais democraticamente seu papel graças ao seccionamento dos conjuntos da cultura e da arte e, em especial, de seus públicos (o local, o regional, o nacional, o de gênero , o das crenças religiosas, o das etnias...); 5) a crença de que as pessoas procuram coisas específicas em cultura e arte e que essas coisas podem ser identificadas, quantificadas e fornecidas.

A noção de um resto cultural imponderável, essencial à cultura e mais ainda à arte, virou anátema. Há no ar uma clara ansiedade diante da cultura e da arte manifesta na pergunta o que fazer com ela?

. A leitura deste livro na sua mão (naquilo para o que aponta) e na sua contramão (naquilo que corre por baixo dele e em sentido contrário) pode abreviar caminhos e contornar equívocos.

Teixeira Coelho

Acesse aqui a versão completa deste livro