

**18º Congresso Brasileiro de Sociologia**

**26 a 29 de julho de 2017, Brasília - DF**

**Grupo de Trabalho 23 – Sociologia da Cultura**

Exposições blockbusters e os públicos das artes visuais no Brasil:  
considerações sobre o consumo cultural e os desafios do contexto nacional

Renata Almeida de Andrade

Doutoranda no Programa de Pós-graduação em Ciências Sociais da UFRN

## 1. Introdução: o que são e de onde surgem as exposições blockbusters

---

Desde 2010, alguns eventos têm modificado o cenário nacional no que diz respeito às artes visuais, alcançando a atenção de vários setores da mídia pela formação de longas filas, recebidas com alguma surpresa até mesmo pelos seus realizadores, que com frequência tiveram que adequar os horários de abertura e a logística do espaço expositivo em resposta ao grande número de espectadores. Enquanto vários museus consagrados recebem entre 200 e 300 mil visitantes ao ano, algumas exposições temporárias chegam a receber mais de 900 mil pessoas em apenas dois ou três meses de realização. Essas exposições vêm sendo chamadas de *blockbusters* em comparação com os sucessos de bilheteria da indústria cinematográfica, apesar das diferenças que caracterizam cada uma dessas linguagens artísticas. A lógica de produção, circulação e exibição no cinema favorece o alcance de grandes audiências através da distribuição de cópias de um mesmo filme e até mesmo sua exibição simultânea em diversas partes do mundo. Por sua vez, as artes visuais ainda estão pautadas em grande medida na singularidade das obras, limitando o acesso do público à presença física diante de uma pintura, escultura ou instalação. Apesar de tais dificuldades, o fato de algumas exposições conseguirem romper com o elitismo que costuma definir sua audiência, trazendo outros tipos de público para os museus e centros culturais serve de ponto de partida para esta pesquisa, que ainda analisa outros fatores relacionados ao surgimento e consolidação deste tipo de exposição. Em particular, são consideradas a participação do Estado através das políticas públicas elaboradas nas últimas décadas, os interesses de algumas empresas e o modo como o consumo cultural se apresenta na atualidade.

Na tentativa de identificar as exposições com maior visitação nos últimos anos, serão utilizados os dados publicados anualmente pela *The Art Newspaper*, que desde 1996 analisa o número de visitantes registrados pelos museus em diversas partes do mundo, que enviam os dados para análise e divulgação pelo periódico britânico. Ao todo, cento e onze exposições brasileiras aparecem nas publicações dos últimos seis anos, contemplando as exposições dedicadas ao desenho, pintura, fotografia e instalações, assinadas por nomes que carregam grande prestígio, a exemplo de Salvador Dalí em 2014, ou que são menos

conhecidos, como Mariko Mori e Laurie Anderson em 2011, todos estes exibidos pelo Centro Cultural Banco do Brasil – CCBB. Em meio a tamanha diversidade de abordagens, estilos e conteúdo, é possível identificar algumas semelhanças sobretudo no que diz respeito ao formato desses eventos. A ampla maioria das exposições brasileiras que figuram nos rankings da *The Art Newspaper* são gratuitas, realizadas a partir de parcerias estabelecidas entre o Estado e instituições como o CCBB, Museu do Estado de São Paulo, Instituto Tomie Ohtake e Museu do Conjunto Nacional, sendo fácil delimitar a montagem dessas exposições às cidades de São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília, com poucas exceções.

Os rankings divulgados pelo periódico inglês desde 1996 representam dados significativos ao analisar os padrões e mudanças que caracterizam o contexto das artes visuais nas últimas décadas. Apesar do alcance internacional construído ao longo de vinte anos, é importante frisar que este levantamento não pode ser utilizado enquanto resumo da totalidade de exposições realizadas no período, posto que sua elaboração é feita a partir das informações fornecidas pelos museus e demais centros culturais à revista, sendo plausível a existência de outros dados que não sejam incluídos no escopo da pesquisa. Mesmo reconhecendo tais limitações, os rankings ainda servem aos interesses deste trabalho enquanto indicadores, tanto ao demonstrar algumas mudanças nos últimos anos, quanto ao ser confrontado com outras informações retiradas do contexto nacional.

Desde a década de 1960, o mundo da arte passou por várias mudanças nas relações e papéis sociais que organizam este espaço, pelo questionamento de valores, formatos e práticas que definiram a arte clássica e moderna antes da contemporânea (HEINICH, 1998, 2008). A produção, mediação e recepção são influenciadas pela ideia de promover a interação entre elas, apresentando obras que incitam a participação do espectador, provocando sérias alterações no espaço expositivo, que passa a empregar outras práticas museológicas, enfatizando a figura do curador que passa a ser central nas exposições. O constante exercício de questionamento e redefinição das fronteiras entre arte e vida parece resumir este novo regime estético, ampliando o número de museus e centros culturais, que deixam de ser agentes de conservação do passado,

incorporando cada vez mais o caráter de espetáculo, pautado no caráter efêmero e singular que define a experiência artística na contemporaneidade.

Apesar de serem eventos recentes, é possível reconstruir a trajetória que antecede as exposições *blockbusters*, estabelecendo afinidades e convergências não apenas com as mudanças que definem o regime da arte contemporânea, mas também com as megaexposições, eventos que acontecem desde o século XIX, representando outra forma de exibição, consagração e recepção, servindo de contraponto às práticas tradicionais vigentes em cada período. Indo ainda mais além, é possível traçar o início desses eventos com as feiras mundiais, que começaram em 1851 com a Grande Exposição em Londres (MEYRIC-HUGHES, 2008). Mais do que uma grande exibição, este momento é caracterizado pela celebração da modernidade através das inovações técnicas que permitem encurtar distâncias, ao mesmo tempo que reforçam as identidades nacionais. Tais motivações também estão presentes em 1895 na criação da Bienal de Veneza, que inaugura um novo padrão de evento artístico disseminado por todos os continentes até o presente. As bienais se configuram enquanto eventos periódicos que inicialmente reúnem artistas e trabalhos consagrados, mas ao longo do século XX passam a acompanhar as mudanças nas linguagens artísticas, servindo enquanto parâmetro de consagração para novos artistas, colocando-os em contato com públicos cada vez mais variados, conforme os eventos saem dos museus, ocupando ruas e prédios espalhados pelas cidades. Apesar da periodicidade, cada edição de uma bienal representa um evento singular pelo projeto desenvolvido pelos seus curadores, selecionando artistas e obras para compor algo que não pode ser replicado, reforçando o caráter de espetáculo (DEBORD, 1997) que passa a acompanhar estes eventos sobretudo na segunda metade do século XX, quando eles se tornam cada vez mais numerosos pelo mundo.

Resgatar a trajetória que antecede as *blockbusters* auxilia na identificação das características que definem sua especificidade no cenário contemporâneo. Por exemplo, enquanto as bienais costumam ser realizadas por instituições que surgem através das repetições destes eventos, como a Fundação Bienal de São Paulo, a maioria das *blockbuster* é realizada através de parcerias entre o Estado e a iniciativa privada, reforçando as características políticas e econômicas associadas a esse tipo de evento.

A proliferação das bienais em diversos continentes ainda acrescenta outra comparação com as exposições *blockbusters* pela reprodução internacional de um modelo particular de exibição. Até 2010 foram listadas mais de duzentas bienais de arte pelo mundo (FILIPOVIC, HAL, ØVSTEBO, 2010), mas apesar do grande número de eventos, é possível encontrar particularidades que definem cada um deles em relação às linguagens artísticas apresentadas, posição política do evento e preferência por artistas nacionais ou internacionais, entre outros fatores. Por exemplo, a Documenta de Kassel representa um modelo de evento notadamente mais engajado em questões políticas, desde o seu início no cenário do pós-guerra até a atualidade, diferente da Bienal de São Paulo, que se aproxima mais do padrão veneziano ao dar mais atenção a questões estéticas, evitando o envolvimento da instituição em outros assuntos. Junto da disseminação de um modelo particular de evento existe a elaboração de uma identidade própria para cada bienal, baseada no contexto social que a sedia ou na relação com o cenário internacional. Este tipo de observação chama atenção para a tensão existente entre tendências globais e características locais. Apesar de discutir sobre fenômenos de alcance mundial, é necessário ter em vista as especificidades que caracterizam cada evento, pelo que representa no contexto local e pela relação estabelecida com outros países. Mesmo defendendo o argumento de um mundo artístico que conecta diversos países através das relações de produção, exibição, consagração e circulação, é importante destacar as desigualdades que constituem esse espaço. Mesmo com todas as transformações vivenciadas nas últimas décadas, o debate sobre padrões que organizam a esfera artística ainda parece estar centrado na realidade de parte da Europa e dos Estados Unidos (SHOHAT, STAM, 2006), estabelecendo parâmetros que dificilmente podem ser alcançados por outros países devido às especificidades históricas de cada local.

Analisando os dados publicados pela *The Art Newspaper*, o ano de 2010 representa um marcador relevante não apenas para o Brasil, pelo início de sua participação que se mantém de forma consistente até o presente, mas também para países asiáticos como Coreia do Sul e Japão, que ampliam sua participação nas listas, ocupando com frequência os primeiros lugares. Notar a presença de países situados fora da Europa e Estados Unidos reforça o vasto alcance que este tipo de exposição descreve no mundo, além de chamar atenção para a

diversidade que ele pode apresentar, notadamente nos termos da recepção pelos públicos locais.

## **2. Sobre o consumo cultural hoje**

---

Talvez o aspecto de maior destaque nas *blockbusters* seja a quantidade de visitantes recebida nessas exposições em comparação com a média da visita regular de museus ou centros culturais consagrados. Porém, além do quantitativo registrado nesses casos, existem outros aspectos que também derivam do papel desempenhado pelo público nas artes visuais e que até o presente momento talvez não tenham sido suficientemente discutidos, sobretudo no que se refere à realidade brasileira.

A própria definição sobre quem é o público já representa uma grande dificuldade pela instabilidade de um conceito que só existe a partir de outro elemento (ESQUENAZI, 2006). Ao longo do processo de planejamento e montagem de um evento cultural são construídas análises e estudos sobre a quem se destina tal realização, mas essas projeções podem ou não se concretizar na prática, principalmente em eventos gratuitos ou de ampla divulgação, que acabam por representar condições de acesso irrestritas. Além disso, a visão dos realizadores pode estar pautada em orientações e interesses particulares que podem afastá-los ainda mais da realidade a qual se destinam.

Por sua vez, os trabalhos sociológicos dedicados ao tema ainda somam outras questões que voltam a problematizar a compreensão sobre o público. As escolhas teóricas ou a abordagem empregada por cada pesquisador pode conceber a participação do público de diversas formas, atribuindo ou negando práticas, habilidades, competências ou capacidades. Jean-Pierre Esquenazi (2006) resgata algumas das principais abordagens construídas no escopo das ciências sociais, e aponta algumas dificuldades que ainda permeiam este debate, a exemplo de trabalhos que consideram o espectador enquanto responsável pela efetivação do produto cultural, outros que se limitam a considerar apenas dados estatísticos ou ainda a compreensão do público restrita ao seu pertencimento em termos de classes sociais. Cada uma dessas abordagens foi construída em contextos específicos e apresentam contribuições

e limitações para o debate, mas parecem ter em comum a ideia que seria possível ou até mesmo fácil delimitar o público de algum produto cultural, e essa afirmação precisa ser revista.

Se no passado já era difícil identificar as fronteiras que delimitavam o público de cada linguagem artística ou produto cultural, esse tipo de afirmação hoje parece fazer ainda menos sentido, quando as fronteiras entre diferentes linguagens e, principalmente, entre arte e outras esferas da vida social se apresentam de forma tão interligada. O desenvolvimento tecnológico e dos meios de comunicação nas últimas décadas implicam em transformações no âmbito da cultura pelo alcance que a televisão e depois a internet exercem, apresentando novos produtos e comportamentos diretamente ligados aos padrões de consumo. Um dos autores que chamam atenção para essa questão na atualidade é Nestor Canclini (2008), ao perceber como os hábitos estão relacionados não apenas ao contexto onde produtor e consumidor estão situados, mas principalmente às mudanças que reconfiguram a cultura nas últimas décadas. Se antes ainda era possível identificar o perfil dos espectadores de um determinado programa televisivo ou dos frequentadores de um ou outro museu, hoje é necessário reconhecer que eles podem ser a mesma pessoa. É como se os leitores se tornassem espectadores e depois também internautas. Reconhecer a convergência desses papéis significa afirmar que o mesmo indivíduo mobiliza disposições variadas em contato com cada produto cultural, tornando o consumo uma categoria ainda mais complexa pelas suas interligações.

Além da crescente diversidade de práticas culturais, produtos e estilos que surgem nas últimas décadas, o aumento dessas possibilidades de consumo também permite a existência de gostos que podem ser considerados contraditórios, mas que passam a ser comuns nas sociedades contemporâneas (LAHIRE, 2006), a exemplo de eruditos que frequentem o teatro, mas também assistam à novelas ou gostem de filmes de ação, considerados apenas pelo seu valor comercial. Analisando como a experiência artística acompanha tais mudanças, ainda existe a dificuldade encontrada no constante questionamento sobre a fronteira que antes distanciava a arte da vida comum. O regime contemporâneo faz com que a recepção mobilize com maior frequência valores sociais, religiosos, políticos ou culturais (HEINICH, 1998), chegando ao ponto de

criar as diversas polêmicas que por vezes saem dos cadernos específicos e figuram nas manchetes dos jornais de grande circulação.

Outro fator que contribui para a redefinição dos padrões de consumo cultural na atualidade está na atuação da mídia. Douglas Kellner (2001) analisa as décadas de 1980 e 1990 para discutir a consolidação de um novo regime cultural onde diversos produtos defendem interesses econômicos e políticos mesmo que com frequência não sejam reconhecidos como tal. Porém, o recorte histórico abordado nessa obra representa um contexto organizado principalmente a partir da televisão e a indústria cinematográfica, que ultrapassam o poder anteriormente conquistado pelo rádio, jornais e revistas. O que ele não poderia prever é o desenvolvimento de outro meio de comunicação, superando os anteriores e levando ainda mais além a eficácia e o alcance desses meios.

Com o desenvolvimento da internet acompanhado pela gradativa popularização dos computadores pessoais e depois o surgimento dos smartphones, o acesso à informação e a produção de bens culturais parece alcançar níveis sem precedentes. É nesse contexto marcado por diversas formas de consumo cultural diretamente ligado aos meios digitais que deve ser analisado o público das exposições *blockbusters*. A publicidade representa um elemento cada vez mais importante, alcançando indivíduos, grupos e setores da sociedade que podem não ter o hábito de frequentar museus mas possui algum interesse a respeito e o contato com a divulgação em revistas ou jornais variados pode ser o suficiente para motivá-lo a visitar ao evento. Além disso, as redes sociais também acrescentam outro elemento facilitador ao compartilhar imagens e informações sobre as exposições, ampliando ainda mais o alcance do público, baseado nas semelhanças sobre as quais são construídas as relações nos espaços virtuais. Na verdade, as redes sociais podem representar uma motivação a mais para visitar essas exposições, ao considerar a quantidade de fotos e selfies realizadas no espaço expositivo, em grande medida destinadas a serem compartilhadas nas redes sociais. Esse ponto tem sido tão destacado na realidade brasileira que os responsáveis pela montagem passam a incluir painéis, cenários ou artefatos disponíveis ao público para a produção dessas imagens, que ainda podem ser acompanhadas de recursos para o acompanhamento dessas informações como hashtags ou marcadores variados.



O que está em questão não é apenas a visita às exposições temporárias, mas o reconhecimento sobre a diversidade de interesses, práticas, hábitos e valores que define o perfil dos espectadores. Em particular, a relação estabelecida com as artes visuais deve estar situada no sentido mais amplo do consumo cultural, que, por sua vez, está relacionado à dinâmica econômica e política de cada lugar.

Embora o debate sociológico sobre cultura e arte no Brasil tenha sido cada vez mais ampliado nos últimos anos, a produção acadêmica sobre estes temas ainda parece priorizar o âmbito da produção, analisando trajetórias de artistas, grupos e estilos, ou a circulação das obras, notadamente a partir do mercado especializado. Um exemplo dessas preocupações pode ser encontrado na publicação sobre a *Sociologia das Artes Visuais no Brasil* organizada pela Maria Lúcia Bueno (2012) que apenas no penúltimo texto volta a atenção para o público, analisado pela Lígia Dabúl (2012) através das conversas em diferentes momentos relacionados às exposições, desde as preocupações dos responsáveis pela montagem até os variados interesses do público durante as visitas, interpretando, avaliando e significando de diversas formas aquilo que é exibido.

Outra pesquisa semelhante que merece ser destacada, sendo uma das poucas publicações sobre as *blockbusters* no Brasil, foi realizada pela Myrian Sepúlveda Santos (2001) ao comparar o Museu Nacional à exposição de Picasso realizada no Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro. O paralelo estabelecido entre as duas realidades considera desde a história, proposta e identidade de cada museu, passando pelos recursos oferecidos no seu espaço físico, até o perfil de público que frequenta cada um deles, analisados por meio de observação e questionários realizados com os visitantes. Esse tipo de análise representa um quadro mais completo sobre o assunto, ao tentar ir além das limitações postas pela natureza dos dados quantitativos, objetivos e gerais, ou qualitativos, subjetivos e específicos. A ausência de informações qualitativas sobre o público das artes visuais no Brasil representa uma das maiores lacunas desta área de pesquisa, onde são numerosas as abordagens históricas, sendo um problema a ser discutido em conjunto entre Estado, através dos órgãos específicos, museus e a própria academia.

### **3. Política cultural e outras condições que antecedem as *blockbusters***

---

A recente participação brasileira nas listas divulgadas pela *The Art Newspaper* ainda levanta uma outra questão, frequentemente recebida com surpresa pelos especialistas da área. Até hoje, o Brasil não é reconhecido enquanto um país com tradição de público nas artes visuais, sobretudo pela utilização de parâmetros elaborados a partir da realidade europeia ou norte-americana.

A história cultural do Brasil, notadamente no que diz respeito à consolidação das instituições museais, acontece ao longo do século XX (SANTOS, 2011). Desde a década de 1930, quando Vargas assume o poder e inicia a construção de uma imagem nacional através de processos de preservação do patrimônio nacional, são institucionalizadas medidas que orientam o desenvolvimento de políticas culturais ao longo das próximas décadas, acompanhando as mudanças que acontecem no país. Já por volta dos anos 1950, investimentos privados substituem o incentivo governamental, auxiliando na criação de museus como o Museu de Arte de São Paulo (MASP) em 1947 e a realização da primeira Bienal Internacional de São Paulo em 1951.

A consolidação desse espaço social continua até mesmo durante a ditadura quando as medidas adotadas pelo governo militar conseguem diversificar os bens de consumo, facilitando o acesso a itens como rádios, vitrolas e televisões. Na década de 1970, museus e o âmbito artístico voltam a ganhar força, com a implementação da Política Nacional de Cultura em 1974, mas a maior parte dos museus ainda conservava projetos que celebravam datas e personalidades históricas, indo contra a concepção de instituições integrais como já existia em outros países da América Latina. Durante a redemocratização o incentivo estatal às políticas culturais foi bastante reduzido, mas ainda assim houveram eventos como a publicação da Lei Rouanet instituindo o Programa Nacional de Incentivo à Cultura (Pronac).

Entre as décadas de 1980 e 1990 também acontecem algumas megaexposições exibindo obras de artistas consagrados como Monet, Rodin e Picasso, alcançando registros de público que já superavam a visitação anual de espaços consagrados, como o Museu Nacional de Belas Artes (SANTOS, 2011). Esse dado é bastante significativo pela visibilidade dos eventos e por confirmar

o retorno que grandes empresas públicas poderiam obter através das leis de incentivo.

Nas últimas décadas do século XX o Brasil acompanha a tendência internacional com o aumento significativo no número de museus e centros culturais, reforçando tanto o interesse público quanto o privado na área. Também é neste momento que as instituições culturais bancárias surgem (ROSA, 2014), a exemplo do Itaú Cultural, responsável pela publicação de livros e de uma revista especializada, e da Caixa Cultural do Banco do Brasil, que aparecem com frequência na lista da The Art Newspaper com exposições realizadas no Rio de Janeiro, São Paulo, Belo Horizonte e Brasília.

Nos anos 2000 o governo do Partido dos Trabalhadores volta a aumentar a participação estatal na cultura, não apenas pelo aumento do orçamento deste ministério, mas também com novos órgãos e ações. Em 2009 é divulgado pela primeira vez o Cultura em Números, resultado de uma pesquisa nacional responsável por fazer o levantamento sobre a distribuição dos equipamentos culturais em todo o país. No mesmo ano também existe a criação do Instituto Brasileiro de Museus (IBRAM), sendo o órgão responsável pela Política Nacional de Museus (PNM) e pela melhoria de alguns serviços do setor como o aumento da visitação com eventos e campanhas publicitárias. Em 2010 o Ministério da Cultura implementou o Sistema Nacional de Informações e Indicadores Culturais (SNIIC), com o objetivo de facilitar o acesso a informações do âmbito cultural, servindo também como plataforma para monitoração do Plano Nacional de Cultura (PNC), que tem a finalidade de planejar e implementar políticas públicas até 2020. Infelizmente, o desenvolvimento institucional registrado sobretudo nas duas últimas décadas se encontra ameaçado por todo o contexto que acompanha o processo de impeachment da presidenta Dilma Rousseff em 2016, trazendo ao poder a instabilidade política que define o governo Temer até o presente, em particular na recente composição do Ministério da Cultura, que espera a posse do seu quarto ministro em menos de um ano.

Observando os avanços construídos sobretudo desde os anos 2000, todas as medidas adotadas convergem para ampliação do debate sobre o cenário artístico e cultural nacional. Porém, os dados obtidos recentemente ainda apresentam uma limitação por não representarem mais do que indicadores, elementos estatísticos que auxiliam na compreensão da realidade

cultural brasileira, mas ainda não fornece informações suficientes para responder, por exemplo, quais os motivos, interesses ou valores que levam às práticas culturais ou dificultam o seu acesso. É possível cruzar alguns dados gerais sobre o consumo a informações socioeconômicas de cada cidade, estado ou região, mas este tipo de análise ainda não é suficiente para dar conta de toda a diversidade e complexidade de um país como o Brasil. Ainda é necessário avançar na produção sociológica e nas ações governamentais, tentando construir um esforço comum para compreender o cenário cultural nacional de forma mais detalhada, auxiliando na elaboração de políticas públicas mais eficazes na ampliação do acesso à arte e à cultura.

Recuperar essa parte da história artística ou cultural no país é importante para entender a relação estabelecida hoje entre Estado, mercado e instituições culturais, resultando nas exposições *blockbusters*.

#### **4. Conclusão: o que podemos aprender com as blockbusters no Brasil?**

---

Com os eventos artísticos que marcam os últimos anos, é possível revisitar uma série de questões referentes à história cultural do país, sobretudo no que diz respeito ao recente desenvolvimento do tema na produção sociológica, acrescentando novos elementos à debates iniciados anteriormente e lançando outras perguntas que devem ser trabalhadas nos anos por vir.

Analisando informações dos últimos anos, torna-se evidente que o aparente sucesso dessas exposições não pode ser compreendido apenas dentro da esfera cultural ou artística. Considerando a trajetória que antecede esses eventos é possível perceber como eles não representam algo inteiramente novo na história cultural do Brasil, mas sua frequência nos últimos anos pode ser vista como a consolidação de um modelo relacionado ao desenvolvimento de políticas públicas, somado ao interesse de algumas instituições que passam a agir nessa área. O arranjo institucional que define os casos brasileiros acompanha a lógica descrita por Nestor Canclini (1997) ao descrever o Estado enquanto responsável pelo patrimônio e as empresas pela modernização. Dessa forma, as *blockbusters* podem ser compreendidas enquanto o resultado da convergência de fatores políticos, econômicos, culturais e artísticos.

Sobretudo avaliando as desigualdades que marcam a realidade brasileira no que diz respeito à oferta e ao acesso a eventos e produtos culturais, os resultados dos últimos anos apenas tensionam ainda mais o debate sobre a democratização. Embora seja fácil afirmar que os sucesso de público significa ter alcançado tal objetivo, é importante notar que as exposições citadas acontecem basicamente em três cidades – São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília. Além disso é necessário analisar a realidade cultural em termos mais abrangentes, por exemplo, ressaltando que segundo dados coletados através da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD), realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) em 2008, 92% dos brasileiros nunca frequentaram um museu (IBGE, 2008). Não seria suficiente abordar as exposições blockbusters de forma isolada, sua discussão deve ser feita sem perder de vista o cenário que a antecede, analisando também as interferências estabelecidas entre eles, considerando que a ampliação do acesso só acontece de forma pontual em algumas cidades, sendo pouco eficaz para intervir nos dados nacionais. Para compreender a real dimensão dessa desigualdade é necessário dar continuidade às pesquisas sobre o tema, buscando construir uma abordagem complementar entre dados quantitativos e qualitativos.

Assumindo como pressuposto os diversos tipos de consumo cultural presentes no cenário artístico, torna-se imperativo o deslocamento de algum esforço para a compreensão dessas diferenças. Embora os últimos anos sejam marcados pelo crescente interesse estatal, institucional e acadêmico sobre a dinâmica cultural e artística nacional, ainda são escassos os trabalhos qualitativos nessa linha de pesquisa. Conforme discutido anteriormente, as estatísticas representam indicadores importantes para uma compreensão mais detalhada do cenário nacional, mas não são de forma alguma suficiente para explicar todas as desigualdades, tensões, conflitos e contradições que definem a cena nacional. Ainda é necessário conhecer o perfil do público brasileiro nos termos dos seus hábitos, preferências, motivações e valores, aprofundando a visão atual sobre esse tipo particular de consumo. É possível que existam aspectos gerais que definem o consumo cultural na atualidade, mas não são suficientes para reduzir a complexidade que acompanha a recepção artística. Para tentar discutir tais questões seria necessário obter dados socioeconômicos dos visitantes, além de informações sobre práticas culturais, preferências

estéticas e hábitos de consumo, representando um conjunto de dados que dificilmente existem, devido ao esforço necessário à este tipo de pesquisa e o escasso interesse por parte das instituições envolvidas, desde museus e centros culturais até o próprio Estado.

## 5. Referências Bibliográficas

---

BUENO, M. L (org.). **Sociologia das artes visuais no Brasil**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2012.

CANCLINI, N. G. **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo: 1997.

\_\_\_\_\_. **Leitores, espectadores e internautas**. São Paulo: Editora Iluminuras, 2008.

DABÚL, L. Sociabilidade e os sentidos da arte: conversas em exposições. In: BUENO, M. L (Org.). **Sociologia das artes visuais no Brasil**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2012.

DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

ESQUENAZI, J. P. **Sociologia dos públicos**. Porto: Porto Editora, 2006.

EXHIBITION & museum attendance figures 2010. **The Art Newspaper**. No. 223, abril 2011.

EXHIBITION & museum attendance figures 2011. **The Art Newspaper**. No. 234, abril 2012.

FILIPOVIC, E.; HAL, M. V.; ØVSTEBO, S. (Eds.) **The Biennial Reader: an anthology on large-scale perennial exhibitions of contemporary art**. Bergen: Bergen Kunsthall, Ostfildern, Hatje Cantz Verlag, 2010.

HEINICH, N. **Le triple jeu de l'art contemporain**. Paris: Les Éditions de Minuit, 1998.

\_\_\_\_\_. Para acabar com a discussão sobre arte contemporânea. In: BUENO, M. L.; CAMARGO, L. O. L. (Org.) **Cultura e consumo: estilos de vida na contemporaneidade**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2008.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICAS (IBGE). 2008. PNAD Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios. Disponível em: [http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/condicaodevida/indicadoresminimos/sinteseindic sociais2010/SIS\\_2010.pdf](http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/condicaodevida/indicadoresminimos/sinteseindic sociais2010/SIS_2010.pdf).

KELLNER, D. **A cultura da** mídia. Bauru: EDUSC, 2001

LAHIRE, B. **A cultura dos indivíduos**. Porto Alegre: Artmed, 2006.

MEYRIC-HUGHES, H. A história e a importância da Bienal como instrumento de globalização. In: BERTOLI, M.; STIGGER, V. (Org.). **Arte, crítica e mundialização**. São Paulo: ABCA – Imprensa Oficial do Estado, 2008.

ROSA, N. V. O Estado e o empresariamento do sistema da arte. In: BULHÕES, M. A. (Org.) **As novas regras do jogo: o sistema de arte no Brasil**. Porto Alegre: Editora Zouk, 2014.

SANTOS, M. S. The new dynamic os blockbuster exhibitions: the case of brazilian museums. **Bulletin os Latin American Research**. Vol. 20, No. 1, pp. 29-45, 2001.

\_\_\_\_\_. Museus, liberalismo e indústria cultural. **Ciências Sociais Unisinos**, São Leopoldo, Vol. 47, N. 3, p.189-198, set/dez 2011.

SHOHAT, E.; STAM, R. **Crítica da imagem eurocêntrica: multiculturalismo e representação**. São Paulo: Cosac Naify, 2006.

VISITOR figures 2012: Exhibition & museum attendance survey. **The Art Newspaper**. Special Report. No. 245, P. 1-15. Primavera/Verão 2014.

VISITOR figures 2013: Exhibition & museum attendance survey. **The Art Newspaper**. Special Report. P. 1-15. Primavera/Verão 2014.

VISITOR figures 2014: Exhibition & museum attendance survey. **The Art Newspaper**. Special Report. No. 267. P. 1-15. Abril 2015.

VISITOR figures 2015: Exhibition & museum attendance survey. **The Art Newspaper**. Special Report. No. 278. P. 1-15. Abril 2016.

VISITOR figures 2016: Exhibition & museum attendance survey. **The Art Newspaper**. Review. No. 289. P. 1-14. Abril 2017.