

O NOVO BRASIL DA MOSTRA DO REDESCOBRIMENTO¹

GUILHERME BARROS

RESUMO

A exposição *Brasil +500 Mostra do Redescobrimento* é considerada um *turning point* nas relações entre exposições de arte, Estado e mercado. O presente artigo analisa as relações e conflitos entre dois discursos construídos por ocasião dessa exposição. O primeiro é direto e com um alcance menor, realizado pela curadoria da exposição por meio da escolha das obras e textos no espaço destinado à exposição e nos catálogos. O segundo discurso é o do marketing e da publicidade, indireto e de maior alcance, criado pela instituição e demais atores envolvidos na sua feitura. É nesse segundo que se constrói um discurso de um Novo Brasil, reconstruindo e utilizando os mitos da identidade brasileira para realizar uma leitura do país por meio do tripé neoliberalismo, fim da história e globalização. Tal análise parte de textos, catálogos, entrevistas e artigos da grande imprensa que deram vozes a curadores e críticos, para demonstrar como o marketing e a publicidade dominaram as leituras e interpretações dessa exposição, explorando uma visão de Brasil compartilhada por setores do Governo, iniciativa privada e imprensa.

Palavras-chave: Mostra do Redescobrimento. Exposição. Edegar Cid Ferreira. Bienal de São Paulo. 500 Anos.

ABSTRACT

The exhibition *Brasil +500 Mostra do Redescobrimento* is considered a turning point in the relations among art exhibitions, State and market. This article analyzes the relations and conflicts of two discourses elaborated during this exhibition. The first one is direct and has a smaller range, made by the curator through the choice of works and texts at the venue of the exhibition and catalog. The second discourse is the one of marketing and advertising, indirect and far-reaching, held by the institution and other actors involved in its making. And it is this second one that constructs a discourse of a new Brazil, rebuilding and using the myths of Brazilian identity to perform a reading of the country through the tripod Neoliberalism, End of History and Globalization. This analysis is based on texts, catalogs, interviews and articles in the mainstream media that gave voices to curators and critics, to show how marketing and advertising overpowered the readings and interpretations of this exhibition, exploring a vision of Brazil shared by government sectors, private sector and the media.

Keywords: Mostra do Redescobrimento. Exhibition. Edegar Cid Ferreira. Bienal de São Paulo. 500 Years.

1. INTRODUÇÃO

¹Artigo Científico apresentado como trabalho de conclusão à obtenção do título de Especialista no Curso de Pós-Graduação (Lato Sensu) em MUSEOLOGIA, CURADORIA E COLECIONISMO, do Centro Universitário Belas Artes de São Paulo, sob orientação do Professor Doutor Cauê Alves.

Entre os dias 23 de abril e 10 de setembro de 2000 aconteceu, no Parque Ibirapuera, a exposição *Brasil +500 Mostra do Redescobrimento*. Dividida em treze módulos, com dezesseis curadores², a mostra ocupou 60 mil metros quadrados em três prédios do Parque: o Pavilhão Ciccillo Matarazzo (popularmente conhecido como Pavilhão da Bienal), o Pavilhão Manuel da Nóbrega (hoje sede do Museu Afro Brasil) e o Pavilhão Lucas Nogueira Garcez, também conhecido como Oca. Construiu-se, ainda, um prédio que abrigava uma projeção, o Cinecaverna.

Idealizada para ser a maior exposição de arte já feita no país, seus números impressionam. Foram 15 mil obras emprestadas de diversos museus e colecionadores particulares do Brasil e do mundo e seu recorte histórico abarcava “*desde as grandes culturas pré-coloniais até a contemporaneidade*”³ Com um orçamento total de 40 milhões de reais⁴, recebeu um milhão e oitocentas mil visitantes. Nos anos seguintes, a exposição teve itinerâncias por diversas cidades e países⁵.

A proposta arrojada de recriar toda a história da arte no Brasil desde antes do “Descobrimento”, desejando apresentar um panorama válido em termos tanto acadêmicos quanto históricos e artísticos, teve como principal articulador e realizador o polêmico ex-banqueiro Edegar Cid Ferreira, fundador do Banco Santos, que recentemente saiu da prisão e responde por crimes contra o sistema financeiro, lavagem de dinheiro, crime organizado e formação de quadrilha⁶.

Ferreira foi um grande colecionador de arte e um dos últimos grandes mecenas contemporâneos. Sua trajetória no mundo da arte começou em 1990, quando contratou a

² Os módulos da Mostra do Redescobrimento foram: A primeira Descoberta da América, Artes Indígenas, Carta de Pero Vaz de Caminha, Arte Barroca, Arte Afro-Brasileira, Negro de Corpo e Alma, Arte Popular, Arte do Século XIX, Arte Moderna, Imagens do Inconsciente, Arte Contemporânea, O Olhar Distante e Cine Caverna.

³ Termos utilizados por Edegar Cid Ferreira na apresentação da exposição. Texto presente nos catálogos.

⁴ Esse valor atualizado pelo IGP-DI (Índice Geral de Preços – Disponibilidade Interna), da Fundação Getúlio Vargas, seria em torno de 116 milhões de reais. Para se ter uma ideia, o custo da 30ª Bienal de São Paulo, em 2012, foi de R\$ 22,4 milhões.

⁵ São Luiz, Rio de Janeiro, Buenos Aires, Santiago, Lisboa, Londres, Oxford, Paris, Bordeaux, Nova York e Washington.

⁶ Em 2004 houve a intervenção no Banco Santos. No ano seguinte, sua liquidação e a prisão de seu controlador, Edegar Cid Ferreira.

promoter social Alice Carta para melhor estruturar sua imagem e conseguir integrá-lo à elite quatrocentona paulistana. O primeiro passo desse plano foi a entrada para o Conselho Administrativo do Theatro Municipal de São Paulo. O segundo foi sua admissão no Conselho Administrativo da Fundação Bienal em 1992, que serviu para lhe dar visibilidade; onde, no ano seguinte, foi eleito presidente. Sua rápida ascensão na instituição ocorreu por dois motivos: a morte de Ciccillo Matarazzo, em 1977, deixou um vácuo na Bienal, que se viu sem um mecenas que fizesse a ponte com a iniciativa privada, e pela recepção negativa da crítica para com as Bienais de 1989 e 1991.

Sua gestão foi responsável pela 22^a e 23^a Bienais (1994 e 1996, respectivamente), que tiveram a curadoria de Nelson Aguilar, também curador da Mostra do Redescobrimento.

É possível afirmar que Ferreira seguiu um caminho já traçado pelos “pais” da Bienal e do MASP, Ciccillo Matarazzo e Assis Chateaubriand: usar a arte - seja como colecionador, mecenas ou fomentador - como bilhete de entrada para ser aceito como semelhante e fazer parte da elite tradicional paulistana. O estilo de Ferreira, no entanto, tendia mais para o espetáculo, quando comparado aos outros dois. Na época da abertura da 22^a Bienal, afirmou em entrevista:

*"A Bienal será uma ONU. (...) Quantos mais países, melhor. (...) Pela primeira vez, a Bienal está sendo tratada como empresa."*⁷

A grande característica da Bienal na era Edegar Cid Ferreira foi a transformação de uma exposição que primava pela qualidade artística, sendo espaço de discussão e formação tanto de público quanto de artistas, para um evento de entretenimento que visava, acima de tudo, sucesso de público. Menos reflexão, mais lazer.

Sua fórmula era dar visibilidade ao evento trazendo grandes nomes da arte mundial, promovendo muitas ações midiáticas⁸ e agrados aos jornalistas⁹ – com o intuito de atrair o maior número de visitantes possível.

⁷ Folha de São Paulo, 26 de julho de 1994.

⁸Para se ter uma ideia de como era sua visão estratégica empresarial e de marketing, Ferreira contratou nove publicitários famosos para captar os U\$12 milhões que custou a Bienal de 1996.

Escreveu a crítica de arte Aracy Amaral para a Folha de São Paulo, em 1996:

Alardear como promoção pelos meios de comunicação que esta foi “a melhor Bienal de todos os tempos”, como qualidade ou como público visitante, soa como falácia, se tomarmos em consideração, proporcionalmente, a população de São Paulo em 1953 (II Bienal) e hoje. É desconhecer sua história. Ou funcionou como propaganda para quem “está chegando” e não se interessa por conferir a veracidade da afirmação (AMARAL, 1996, p.87).

Para atrair uma massa de visitantes, Ferreira incluiu um corpo estranho à Bienal, construindo salas especiais dedicadas à artistas consagrados como Picasso, Goya, Mondrian, Rivera, Klee e Munch – o que aproximou a exposição dos museus tradicionais de arte. A presença desses nomes criou uma contradição dentro do evento, que historicamente apresentava um panorama internacional da arte contemporânea. Tal estratégia, de criar núcleos históricos, deu resultado e centenas de milhares de pessoas visitaram as Bienais de 1994 e 1996.

O que é maior, é melhor; think big parece ser agora o lema de todas as Bienais, mesmo alegando-se que não há dinheiro na praça, que o mercado da arte está parado (?), que não há público para artes visuais, cada dia mais encerrada em um público só de iniciados. Esta é a contradição com que novamente nos deparamos: foi evento para uma pequena elite mobilizando os mass media com força impressionante. (...) Talvez a resposta seja a entrada maciça da iniciativa privada a demandar “retorno”, palavra-chave para investidores. Então tentou-se fazer parecer popular, requestado, visitado, um evento que não poderia sê-lo da forma apregoada.(idem,1996, p.87).

Dentro dessa lógica, o aniversário de 500 anos de Descobrimento do Brasil era uma ótima oportunidade de marketing, o momento perfeito para propor uma enorme exposição de arte, com vultuosas quantias de dinheiro público e privado, nomes e obras consagradas que certamente arrebatariam grandes levas de visitantes - ,uma ação com retorno garantido.

⁹ “Destas [festas], as mais disputadas são as organizadas pelo banqueiro paulista Edegar Cid Ferreira, ativo divulgador das artes brasileiras e de si próprio. Cada vez que uma exposição abre lá fora, Ferreira monta uma das cobiçadas “Caravanas Holiday”. Há duas semanas, para a inauguração da exposição Brazil: Body& Soul, no Museu Guggenheim de Nova York, seguida de outra sobre a Amazônia, em Londres, a BrasilConnects, empresa de Ferreira, informava serem dez os jornalistas convidados, com todas as despesas pagas, aí incluídas as diárias no Park Lane Hotel (200 dólares) e no Kingston Hotel (250 dólares)” (Revista Veja, 31 de outubro de 2001).

Então, em 1997, Ferreira deixou a presidência da Fundação Bienal e fundou a Associação Brasil 500 Anos (que, anos mais tarde, mudou de nome para Brasil Connects), economicamente separada da Bienal, para começar a preparação da *Mostra do Redescobrimento Brasil +500*. E, nessa empreitada, novamente Nelson Aguilar foi escolhido como curador-chefe, responsável por formatar a exposição em caráter de celebração da identidade nacional.

2. MOSTRA DO REDESCOBRIMENTO

2.1 CURADORIAS E CENOGRAFIAS

A construção curatorial da Mostra do Redescobrimento se baseou em uma ideia do crítico Mário Pedrosa sobre como refundar o MAM-RJ após o incêndio que consumiu quase todo seu acervo em 1978. A proposta do crítico de arte era criar o Museu das Origens, com cinco museus independentes: o Museu do Índio, o Museu da Arte Virgem (do Inconsciente), o Museu de Arte Moderna, o Museu do Negro e o Museu de Artes Populares.

Nelson Aguilar, afirmou que a ideia do Museu das Origens era, como a da Mostra do Redescobrimento, realizar um panorama da arte brasileira e, assim, desdobrou e modificou esse recorte inicial em treze módulos - pois considerou datada a divisão de Pedrosa.

Para a curadoria dos módulos, Aguilar convidou curadores renomados, especialistas em suas áreas¹⁰, provindos do meio acadêmico, institucional ou com grande lastro e currículo no meio de arte e exposições. Os curadores associados e assistentes de curadoria tinham o mesmo alto grau de expertise.

Esses acadêmicos e especialistas trouxeram para o discurso curatorial as discussões e polêmicas sobre a história da arte no Brasil, estabelecendo um diálogo com as questões em

¹⁰**Arqueologia:** Maria Cristina Mineiro Scatamacchia; **A Primeira Descoberta da América:** Walter Neves; **Artes Indígenas:** José Antônio Braga Fernandes Dias e Lúcia Hussak van Velthem; **Carta de Pero Vaz de Caminha:** Emanuel Araújo e Fernando Antônio Baptista Pereira; **Arte Barroca:** Myriam Andrade Ribeiro de Oliveira; **Arte Afro-Brasileira:** Catherine Vanderhaeghe, François Neyt, Kabengele Munanga e Marta Heloísa Leuba Salum; **Negro de Corpo e Alma:** Emanuel Araújo; **Arte Popular:** Emanuel Araújo e Frederico Pernambuco de Mello; **Arte do Século XIX:** Luciano Migliaccio; **Arte Moderna:** Nelson Aguilar e Franklin Espath Pedroso; **Imagens do Inconsciente:** Luiz Carlos Mello e Nise da Silveira; **Arte Contemporânea:** Nelson Aguilar e Franklin Espath Pedroso; **Olhar Distante:** Jean Galard e Pedro Corrêa do Lago.

voga à época. Assim, no tocante aos recortes curatoriais, poucas foram as vozes dissonantes entre especialistas e críticos da época que julgaram as escolhas apropriadas.

Porém, a correção nesse primeiro nível de discurso não salvou a Mostra de uma saraivada de críticas, principalmente centradas na cenografia dos módulos. Foram diversos artigos na grande imprensa, textos de jornalistas, colunistas e especialistas atacando a forma em que as obras foram encobertas pela cenografia, desviando a atenção e causando ruído na interpretação das obras.

No início, Ferreira afirmou, em entrevista à Folha de São Paulo em 20 de março de 2000, que o uso da cenografia como elemento chave foi um consenso a que se chegou, pensando em entusiasmar o público. Já no dia 07 de setembro, para o mesmo jornal, uma subida de tom:

“Foi uma imposição e acho que fiz certo. A maioria dos 40 curadores era contra. Muita gente não gosta, mas o povo gosta.”¹¹

Nos treze catálogos lançados antes das críticas, não há quase nenhuma linha sobre cenografia. Inteligente, querendo capitalizar a polêmica e se posicionando em relação às críticas, Ferreira traz como epígrafe, no catálogo lançado após a exposição, a seguinte frase em letras garrafais:

Decidimos incluir na mostra um elemento revolucionário que mudasse, definitivamente, a história das exposições no Brasil: em vez de apresentar obras de arte da forma museológica tradicional, resolvemos transformar cada um dos módulos da exposição em um autêntico espetáculo cenográfico, a serviço da maior ênfase à beleza dos trabalhos expostos e da compreensão do seu conteúdo.¹²

“Por que as exposições têm de ser chatas? O visitante não precisa deixar o prazer no vestibulo”, defendeu-se Aguilar, para quem, se essa mostra fosse feita nos moldes

¹¹ Folha de São Paulo, 07 de setembro de 2000.

¹²Brasil+500: Mostra do Redescobrimento. Fundação Bienal de São Paulo, 2000.

tradicionais, “começaríamos o século XXI em pleno marasmo”. A cenografia na mostra não vai deturpar a arte, “O ambiente é só um meio, um veículo”¹³, afirmou o curador-chefe.

O discurso de Aguilar e de Ferreira era claro: um “espetáculo cenográfico”, apelando para o sensível, atrairia e seduziria o público leigo (leia-se pobre e sem educação formal), transformando a exposição em uma experiência estética pela cenografia forte e autoral. A imposição da cenografia fazia parte da intenção de Ferreira em fazer da Mostra um *blockbuster* – o que conseguiu realizar, com um milhão e oitocentos mil visitantes¹⁴. Entretenimento era a palavra de ordem.

*“Não tenho comprometimento nem com universidades nem com museus. O divertimento, o lazer, é parte do conjunto da educação. Eu tenho de buscar o meu cliente, que é aquele que não tem formação”*¹⁵ – afirmou Ferreira.

Dentre as cenografias mais invasivas se destacaram a dos módulos Arte Barroca e Olhar Distante. A cenógrafa responsável pela Arte Barroca, Bia Lessa, encheu o espaço com tapetes floridos, tendo como referencia as procissões dos dias santos. Apesar de muitas críticas, a relação com a religiosidade do Barroco e as celebrações populares mineiras foi considerada por alguns críticos como enriquecedora da interpretação das obras.¹⁶

O italiano EzioFrigerio, especialista em cenografia de óperas, foi responsável por conceber o espaço do módulo Olhar Distante, onde construiu uma floresta de árvores brancas e azuis (em uma alusão às primeiras visões dos portugueses quando chegaram ao país).

¹³ Folha de São Paulo, 23 de março de 2000.

¹⁴ “Todas as manhãs, quarenta ônibus alugados pelos organizadores despejam nos salões do Ibirapuera 6.000 crianças trazidas de escolas públicas e mais de 1.000 moradores da periferia de São Paulo. À tarde, comparecem os pagantes” (Veja, 02 de agosto de 2000).

¹⁵ Folha de São Paulo, 07 de setembro de 2000.

¹⁶ “É uma bela obra dela, para cuja beleza contribuem os santos barrocos espalhados. Pode-se até apreender alguma coisa sobre o sentido geral, o pathos do barroco. Por isso, talvez seja a melhor sala coletiva de toda a exposição – ainda que o décor roube a cena e pouco se tenha visto das peças incluídas” (Araújo, 2000).

Afirmou em entrevista, ao ser questionado sobre a interferência da cenografia nas obras, que quando as pessoas olhavam para a pintura, estavam de costas para as árvores¹⁷.

2.2. PÚBLICO E/OU PRIVADO

É impossível abordar a Mostra do Redescobrimento e o percurso de seu fomentador sem abordar as relações entre as instituições públicas e privadas e sua troca de papéis, seus personagens e a ideologia por eles compartilhada.

Anos antes da Mostra, o Estado já havia começado a projetar as comemorações dos 500 anos. Em 1993, o Governo Federal iniciou a preparação para as Comemorações do V Centenário do Descobrimento do Brasil com o decreto que formalizou a Comissão a Comissão Nacional do V Centenário (CNVC). A partir de 1996, tal comissão foi transferida para o Ministério das Relações Exteriores, e, no ano seguinte, foi definido seu regulamento e sua composição: um representante de cada ministério, dois do Senado Federal, dois da Câmara dos Deputados e um do Poder Judiciário. Entre seus objetivos constava o incentivo à criação de comissões similares estaduais e municipais visando motivar a sociedade local e iniciativa privada e estabelecer uma programação oficial¹⁸.

A CNVC selecionou diversos projetos que poderiam obter a aprovação do Ministério da Cultura para fazer uso de recursos de empresas privadas provenientes da política de incentivo fiscal. Em abril de 1999, a coordenação das comemorações oficiais passou do Ministério das Relações Exteriores para o Ministério do Esporte e Turismo, e a Comissão Nacional foi substituída por um Comitê Executivo¹⁹.

¹⁷ “É nessa correlação de obras e seus significados simbólicos que reside uma boa museologia. Algo que cenografia alguma pode realizar, porque ela será sempre postiza ao que está sendo dito. Cenografia é um recurso do teatro e que deveria ser mantido nele. Nesse aspecto, é preciso concordar com recente declaração feita pelo italiano Ezio Frigerio, o autor das geladas árvores azuis que sepultaram a pintura que deveria ser a atração do segmento Olhar Distante. Ele declarou textualmente ao Estado: “A verdadeira cenografia é desenvolvida no teatro”. Defendamos todos, portanto, a verdadeira cenografia.” (Estado de São Paulo, 20 de maio de 2000).

¹⁸ “A pluralidade de iniciativas levava a supor a necessidade de uma coordenação geral que seria traduzida na montagem de uma Relação Geral de Eventos. Diversos comitês, de apoio, assessor, empresarial, foram criados e compunham essa carta de intenções das comemorações do V Centenário. Cabia também à Comissão manter um nível alto de informação sobre as iniciativas de jornais e revistas, como a IstoÉ, da Rede de Globo de Televisão, de fundações privadas e similares” (Oliveira, 2000, p.183).

¹⁹ O Comitê era composto pelo ministro de Esporte e Turismo, Rafael Greca, o ministro da Cultura, Francisco Weffort, o secretário geral do Ministério das Relações Exteriores, Luís Felipe Seixas Correa, e Andrea Matarazzo, da Secretaria de Comunicação da Presidência da República.

Como ler essa mudança? Os jornais disseram que, para além de qualquer possível conflito entre burocracias, havia o desejo de se fazer uma comemoração menos acadêmica, mais popular. Pode-se também observar que as comemorações mais acadêmicas e oficiais tiveram lugar fora do Brasil. As embaixadas brasileiras, entre elas a de Washington e a de Londres, mobilizaram-se no sentido de organizar eventos que dessem destaque às comemorações do V Centenário e falassem dos méritos do Brasil de hoje(Oliveira, 2000, p.183).

Dentre os projetos agraciados pelo Comitê Executivo estava a Mostra do Redescobrimto, que respondia bem à nova diretriz de popularizar a celebração. Por conta da falta de recursos públicos constatada pelo comitê, o governo brasileiro credenciou a Associação Brasil 500 Anos Artes Visuais para responder “*a tudo o que toca às artes visuais no aniversário do Brasil*”²⁰, tanto dentro quanto fora do país.

Assim, a Associação Brasil 500 começou a se misturar com o poder público nas esferas Federal, Estadual e Municipal²¹. O Estado brasileiro não simplesmente abriu mão do papel de realizador e fomentador dos discursos relacionados à arte no aniversário de 500 anos, mas, com sua chancela e peso, se aliou indiretamente à Associação .

Tal conluio pode ser evidenciado pela lista de nomes que fizeram parte dos Conselhos da Associação – com a presença do Ministro da Cultura, Francisco Weffort, do Secretario de Estado da Cultura, Marcos Mendonça, e do Secretário Municipal da Cultura, Rodolfo Konder. Apesar dessa relação estreita, apenas 30% da exposição foi paga com leis de incentivo fiscais, como a Lei Rouanet. Os outros 70% vieram de mecenato direto da iniciativa privada.

O otimismo, porém, deve ser moderado. Afinal, a mostra está diretamente ligada a uma celebração histórica, de forte conteúdo simbólico. Além disso, vai permitir que os patrocinadores mostrem suas marcas também no exterior. Nada garante que, no futuro, eventos menos grandiosos receberão o apoio entusiástico dos empresários. Edegar Cid Ferreira discorda. Ele acha que se

²⁰ Trecho do texto de abertura de todos os catálogos, assinado por Edegar Cid Ferreira.

²¹ Para saber mais sobre as relações entre a Associação Brasil 500 Anos (que posteriormente mudou o nome para Brasil Connects) e as relações com o poder público municipal, centrado nas questões de uso privado e da apropriação do Parque do Ibirapuera, ler *Isso Aqui é um Negócio – Operações de Captura da Arte e da Cidade*, de Nelson Brissac Peixoto.

*inaugurou no Brasil uma nova era. Tomara que esteja certo. E que a aposta se confirme antes dos próximos 500 anos.*²²

O fato de um *selfmademan* como Ferreira, dentro do contexto neoliberal da época, conseguir que a iniciativa privada bancasse 70% da Mostra era um exemplo de marketing espetacular, tanto para o próprio quanto para os defensores dessa ideologia. Esse mecenato direto, de inspiração estadunidense, era um ponto fora da curva desde Matarazzo e Chateaubriand.

A disponibilidade de recursos privados, no entanto, não era tão grande assim. O arquiteto Carlos Bratke, que assumiu a presidência da Fundação Bienal após a saída de Ferreira, teve de adiar a Bienal daquele ano por falta de recursos, uma vez que todo o dinheiro foi canalizado para a Mostra do Redescobrimento, por conta do significado intrínseco à data. Diretores, curadores e parte dos conselheiros, em oposição, acabaram se demitindo, o que lançou a instituição em grande crise.

Uma conjunção de fatores parece, portanto, ter levado ao paralelo ao enfraquecimento de todo o aparato público de administração da cidade e da cultura. Dois modelos completamente distintos de organização e produção de arte se confrontaram aqui. Por um lado, a Bienal _ instituição pública, inserida no campo de relações sociais da cultura, valorizando arte como processo criativo e reflexivo. Por outro, o modelo Associação Brasil + 500 _ entidade privada, gerenciada segundo padrões do mercado, voltada para arte especificamente nacional, popularizada, para difusão internacional do país.(Peixoto, 2002, p.15).

Esse debandar dos que se opunham ao novo modelo institucional e cultural da Associação, ao invés de forçar uma posição política para a análise da situação, abriu caminho para o grupo ligado à lógica da Mostra do Redescobrimento dominar mais facilmente a Fundação Bienal. Ainda segundo Peixoto, tal processo de incorporação e, pode-se dizer, sucateamento, obedece à lógica de incorporação de empresas privatizadas:

A instituição pública é usada para gestar um dispositivo privado que, uma vez consolidado, drena seus recursos e pessoal. A instituição pública então mergulha num quadro de carência, incompetência e descrédito. Parece razoável supor que a Bienal venha tornar-se mais

²² Carlos Graieb, na Revista Veja, 26 de abril de 2000.

uma das atrações culturais realizadas no grande parque temático do Ibirapuera (Peixoto, 2002, p.16).

Vale ressaltar, também, o extenso Conselho de Imprensa, no quadro de conselheiros da Associação, que contava com representantes dos grupos empresariais Carta Editorial, Editora Três, Organizações Globo, Gazeta Mercantil, Jornal do Brasil, Folha de São Paulo, Editora Abril e O Estado de São Paulo.

Assim, temos que, por trás do discurso dessa exposição, há um Estado neoliberal que deseja uma celebração mais popular e entrega a um mecenas-colecionador-banqueiro tudo referente às artes visuais durante as celebrações dos 500 anos. Esse mecenas tem o apoio de parte da iniciativa privada, que aceita financiá-la mesmo sem leis de incentivo, e de parte da grande imprensa, que participa diretamente da Associação, sendo parte de seu Conselho de Imprensa.

3. A CONSTRUÇÃO DOS DISCURSOS

3.1 EXPOSIÇÕES E O PODER

A questão do poder está no nascimento do museu moderno pós-Revolução Francesa, uma vez que os museus se transformaram em espaços educativos de formação dos cidadãos, permeado de um discurso que referendava a unidade nacional, seus heróis e justificava o poder estabelecido. O mesmo pode ser dito dos museus científicos e das feiras mundiais do século XIX, reflexo da visão do homem sobre si, sobre os outros e sobre a natureza – onde as teorias evolucionistas e etnocêntricas tiveram vitrine garantida, contribuindo para sua popularização.

Como legitimadoras de discursos, as exposições tiveram o papel de reforçadoras do teatro do poder, utilizando a riqueza, a beleza e a memória de forma pedagógica e/ou de maneira ostentatória.

Coleccionismo y clase dominante se vinculan indisolublemente como un fenómeno típico de la ideología, el arte y la cultura a lo largo de los ciclos históricos. Este fenómeno, abastecido por una élite ilustrada y potente, cumple una función precisa al imponer sus juicios

estéticos al manipular la creacion artística y al ejercer una influencia totalizadora en la história de la cultura (Leon, 1995, p.15).

Até hoje, ao examinar a lista de membros que formam os conselhos ou associações de amigos dos museus, percebe-se que as elites buscam além do prestígio, influenciar ou validar o seu discurso, em lutas pelo monopólio da verdade.

Segundo Nietzsche, a verdade, que se pretende universal e decorrente de uma investigação cognitiva neutra e isenta não existe. O verdadeiro normalmente é concebido como universal abstrato, metafísico, que vale em qualquer tempo e lugar. Para o autor, o que a verdade desvenda, na realidade, são relações de poder e não de sentido.

O estabelecimento de uma verdade é a fundamentação metafísica de um valor moral, legitimando-o, assim, como superior a outros. Logo, uma verdade é, por si só, indeterminada, pois antes de se realizar como verdade nasce como pensamento que se almeja como efetuação de sentido ou a realização de valor.

Jamais encontraremos o sentido de alguma coisa (fenômeno humano, biológico ou até mesmo físico) se não soubermos qual é a força que dela se apropria e apodera, que a explora ou nela se exprime. Um fenômeno não é uma aparência, nem mesmo uma aparição, mas um signo, um sintoma que encontra seu sentido em uma força atual (Deleuze, 1976, p.15).

Esse sentido é construído historicamente a partir de um conflito de sobre determinada quantidade de realidade, o que faz com que um mesmo fenômeno mude de sentido de acordo com a força que dele se apropria. Logo, a história é uma sucessão de forças que dela se apoderam ao mesmo tempo em que coexistem com outras forças que buscam dela se apoderar. A verdade e a história são móveis, mutáveis.

Exposições geralmente são terrenos de disputas e conflitos, pois referendam verdades e histórias, além de artistas e obras. Logo, o curador tem de lidar com forças e poderes diversos que possuem interesse em influenciar suas decisões e interferir, direta ou indiretamente, na exposição. Esses poderes podem ser econômicos, políticos, científicos ou sociais.

Assim, ao analisarmos uma exposição temos que levar em conta que a criação de discursos e saberes é regida por uma série de forças conflituosas naquele momento histórico específico e não somente pelo desejo e função do curador de criar sentido em sua seleção. Não é possível discutirmos qualquer sentido sem considerarmos as relações de poder que o determinam.

Tanto artistas quanto curadores almejam independência dessas forças externas, buscando construir um muro que separe a sociedade e seus poderes de suas decisões.

O curador é um profissional que, como o artista, também tem direito à liberdade de pensamento, de expressão, mas que deve obrigatoriamente fazer uso público da sua reflexão, enquanto o artista podia até pouco tempo manifestar seus sentimentos ou gostos sem justificá-los. O uso público da reflexão pelo curador deve ter um sentido que, indiretamente, esteja ligado à história e à vida política(Alves, 2010, p.97).

Para Alves, a lógica do mercado não enxerga essas fronteiras e, do ponto de vista do marketing, cada vez mais arte e publicidade se misturam e se confundem. E por mais que o curador construa um muro em torno de seu discurso, a maneira como a exposição se apresenta para o público ultrapassa sua vontade e influi na interpretação de seu recorte.

O marketing não elabora, ele trabalha com o arcabouço do lugar comum, para ser acessível e conseguir vender, seja uma ideia ou um produto. Logo, o significado de uma exposição não está apenas no discurso e nas obras dentro de espaço estabelecido, exceção do mundo real, mas começa fora, em como a exposição se apresenta, se oferece para o público.

Se na Mostra do Redescobrimento as curadorias não aparentam ter tido intromissão direta, a cenografia em todos os espaços imposta por Ferreira pode, sim, ser considerada uma intromissão indireta do marketing nas curadorias. Espaço e obra se fundem. A cenografia pode esconder ou influir na interpretação de uma obra, ou de toda uma sala.

Em uma exposição de 60 mil metros quadrados o que é visto, reverberado e guardado pela imprensa e pelo público em geral é a cenografia, além de algumas estrelas, como a Carta de Pero Vaz de Caminha e o Manto Tupinambá. Afinal, são 15 mil obras! É a cenografia que vende a ideia, o espaço e a interpretação.

3.2 UM NOVO BRASIL

Também sempre havia algo de ideologia no Mário Pedrosa. Ele era um trotskista e, como tal, tinha uma relação profunda com André Breton. Acredito que esse apreço pelas imagens do inconsciente venha do Breton. Ele tinha algo do século XIX, essa necessidade de estar dentro de uma ideologia. Se existe algo que o final do século XX revelou foi a morte das ideologias. Nesse sentido, é uma exposição nova, pois não tem esse empenho ideológico que atravessa a crítica de Pedrosa. (Aguilar, 2000).²³

Essa declaração de Aguilar revela claramente a ideologia em voga à época: fim da história e fim das ideologias, que naturalizava o neoliberalismo como única opção possível, ahistórica. Com o fim da Guerra Fria, a queda do Muro de Berlim e da URSS, a onda neoliberal arrastou a América Latina, com um discurso academicista que se popularizou, criando termos e sentenças com grande força política.

A tese do Fim da História foi desenvolvida pelo intelectual nipo-americano Francis Fukuyama em 1989, e afirmava o triunfo inquestionável do sistema liberal ocidental como ideal de sociedade. Sem as contradições e embates pela forma primordial em que as sociedades se organizam, restaria a simples administração dos problemas dentro do liberalismo. A função então de um administrador público não seria mais política, mas de gerenciamento.

“A vitória do liberalismo ocorreu primariamente no domínio das idéias, ou da consciência, e é ainda incompleto do mundo real ou material” (Fukuyama in De Almeida, 2010).

A realidade estava dada e seria incontornável, pois vivíamos o último estágio de avanço econômico mundial. Porém o “vencedor” da Guerra Fria não foi qualquer liberalismo, mas o neoliberalismo econômico professado pelo economista Milton Friedman e adotado como principal política de Ronald Reagan e Margareth Thatcher para a desconstrução do Estado de Bem Estar Social.

²³ Folha de São Paulo, 19 de abril de 2000.

Basicamente, Friedman afirmava que a sociedade, formada por indivíduos racionais, livres e independentes, visando seus interesses materiais sem intervenção estatal, conseguiria benefícios recíprocos e o mercado se auto-regularia, trazendo o bem comum.

As políticas estatais de todos os países sul-americanos nos anos 1990 foram baseadas nessas ideias, com a dissolução do Estado de Bem Estar Social [inexistente], livre-mercado, privatizações, flexibilização de leis trabalhistas e queda de barreiras comerciais.

Esses discursos políticos e econômicos invadiram a mídia, os espaços sociais e, nessa construção, o termo *globalização* ganhou terreno como justificativa das mais diversas ações, relativizando a importância da ideologia e da cultura e colocando o país em uma disputa por um lugar no panteão das nações de primeiro mundo.

Em síntese, existia uma realidade universal imutável e inquestionável, tão naturalizada que era apolítica. Ela era essencialmente determinada pela economia, baseada na liberdade de competição; o futuro era um caminho único e o Brasil não poderia ficar para trás. E esse “*ficar para trás*” incluía não apenas a economia, mas a cultura como vitrine dessas transformações.

Existem dois níveis de discurso na Mostra do Redescobrimento. O primeiro são as curadorias, que mesmo sendo passíveis de críticas, foram realizadas com discernimento teórico. O segundo é o do marketing e da publicidade. Esse apelava para o espetáculo e para o lugar-comum das interpretações do Brasil, considerando arte como festa e exposição como carnaval²⁴. E esse discurso, que à primeira vista parece apolítico e vazio, está repleto de sentidos.

Apresentar um Novo Brasil: esse sim era o principal discurso do marketing e, por conseguinte, dessa exposição – que, não inocentemente, possuía a palavra Redescobrimento em seu nome. No editorial que está em todos os catálogos da exposição, Ferreira dissuade,

²⁴ “Se Brasil 500 Anos é, certamente, a maior exposição de arte brasileira até hoje, é também a que revela na plenitude a nudez iminente de alguns reis. A começar pelo que poderíamos chamar de publicidade enganosa – e enganada. Um anúncio de rádio abre com ruídos e música festiva de circo e termina com um slogan que diz algo assim: “Vá a exposição dos 500 anos, onde arte e divertimento se confundem”. Mas desde quando arte é divertimento? Pode ser também, um pouco – mas não é isso o que a torna arte. Arte e divertimento pertencem a esferas distintas da vida espiritual e social.”

afirmando que a Mostra “*não é uma celebração, mas um exercício crítico*”, que pretende ser “*a visão integral e não excludente da cultura brasileira*”, que reflete “*um novo momento da autoestima do brasileiro*” e que “*revelará e afirmará uma nova dimensão do país (ao mundo), até então desconhecida, na cena globalizadora contemporânea*”.

“*Críticos são estertores do velho Brasil*”, afirmou o curador Nelson Aguilar ao defender as cenografias adotadas para a Mostra.²⁵

Na orelha do catálogo da exposição Olhar Distante:

Patrocinar a exposição “O Olhar Distante”, dentro da Mostra do Redescobrimento Brasil +500, tem para a Pirelli um significado: o Brasil visto por quem veio de fora, nos leva a uma reflexão sobre o Brasil de hoje, o “olhar presente”. Este Brasil com o qual a Pirelli está comprometida há mais de 70 anos, abrindo unidades industriais, trazendo as mais avançadas tecnologias, criando empregos, participando ativamente do seu crescimento. Este é, para a Pirelli, o “olhar presente”. E estar ao lado da arte, como a Pirelli sempre esteve, nos leva a outra reflexão: o “olhar futuro”. Ele nos mostra que o Brasil está trilhando, cada vez mais, o seu próprio caminho, o caminho do desenvolvimento. A Pirelli continua junto nessa caminhada, cada vez mais comprometida com o futuro desse país. (Giorgio della Seta, Presidente da Pirelli Brasil).²⁶

E na Revista Veja, no texto *Antídoto para o pessimismo* publicado na semana de inauguração da exposição, o jornalista chama a Mostra de “antídoto para quem começa a se desencantar com o Brasil dos dias atuais”, dizendo que é uma revelação lisonjeira da alma nacional. E continua:

“A exposição é visita obrigatória para quem quer que se interesse pelas raízes e pelo destino do Brasil – porque um certo destino ali se insinua, a partir das demonstrações de exuberância, criatividade e mestiçagem.”²⁷

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

²⁵ Folha de São Paulo, 23 de março de 2000.

²⁶ **Olhar Distante: Mostra do Redescobrimento.** São Paulo: Fundação Bienal de São Paulo, 2000.

²⁷ Revista Veja, 02 de agosto de 2000.

A questão que se coloca é de como o discurso uma curadoria pode ser influenciado uma vez que o marketing assume o papel principal em uma exposição. Esse marketing, no entanto, que em um primeiro momento poderia parecer apolítico e vazio, estava carregado de significados, forças e poderes que engoliram o discurso das curadorias.

Que papel assume um curador de uma mostra, que faz parte de megaexposição de 60 mil metros quadrados, obrigado a aceitar um projeto cenográfico que relegava seu recorte e significado a segundo plano? O que o público foi capaz de captar das curadorias da Mostra do Redescobrimento?

A Mostra do Redescobrimento foi, antes de uma mega exposição de arte, um ritual cívico público-privado que reelaborou mitos nacionais de acordo com a visão de mundo de uma elite representada, dos detentores do poder estatal à época, de parte da imprensa e da iniciativa privada. Esse teatro do poder foi encampada pelo excêntrico banqueiro Edegar Cid Ferreira, mas o discurso não pertence a ele ou a Nelson Aguilar, mas foi elaborado e reelaborado dentro de instâncias de poder dessa elite, recriando os mitos de Brasil²⁸.

Todos os mitos que representam a brasilidade estavam presentes em um ou misturados em vários módulos: o mito de origem científica, com o módulo A Primeira Descoberta da América e CineCaverna; o mito fundador da nação civilizada, com a Carta de Pero Vaz de Caminha; o mito da Democracia Racial, representados pelos módulos Artes Indígenas, Arte Afro-Brasileira e Negro de Corpo e Alma; o mito do caráter do povo criativo, música e carnaval, com o módulo Arte Popular e Imagens do Inconsciente; o da natureza exuberante, paradisíaca e as versões dos “outros” do que é ser brasileiro, com o Olhar Distante; o mito do povo criativo por meio de modernismos diversos e da ideia de Antropofagia, representado não apenas pelo módulo da Arte Moderna, mas também, como consagrou Mário de Andrade, pela Arte Barroca como primórdio dessa Antropofagia “essencial” brasileira; e o módulo da Arte Contemporânea...

Acredito que, em uma exposição do tamanho da Mostra do Redescobrimento o único discurso capaz de ser absorvido facilmente é o macro, o do marketing e dos mitos. Não

²⁸Segundo Chauí, o mito pode ser entendido com dois significados principais não excludentes, o etimológico e o antropológico: como narrativa de feitos lendários da comunidade ou como solução imaginária para tensões, conflitos e contradições que não encontram caminho para serem resolvidos no nível da realidade.

importa o que curadores realizaram como discurso e sentido, pois eles estavam ali para dar subsídio, referendar indiretamente com a sua expertise o discurso macro, e não o oposto. Não foi o marketing que criou um discurso como chamariz para a população ter contato com a arte, mas foi a arte que serviu de isca para referendar um discurso de marketing carregado de sentidos políticos e sociais.

5. REFERÊNCIAS

5.1 BIBLIOGRÁFICAS

ALVES, Cauê. A curadoria como historicidade viva. In: DIAS, A. (Org.). **Sobre o ofício do curador**. Porto Alegre: Zouk, 2010. p. 43-58.

AMARAL, Aracy A. **Textos do Trópico de Capricórnio: Circuitos de arte na América Latina e no Brasil**. Editora 34, 2006.

_____. **Textos do Trópico de Capricórnio: Bienais e artistas contemporâneos no Brasil**. Editora 34, 2006.

ANDERSON, Perry. **O fim da história: de Hegel a Fukuyama**. Rio de Janeiro: Zahar, 1992.

ARAÚJO, Olívio Tavares. Arte não tem a ver com badalação. IN: **O Estado de São Paulo**. São Paulo, 8 set. 2000. Caderno 2, pág. 17.

BARTHES, Roland. **Mitologias**. 9ª edição. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1993.

BIONDI, Aloysio. **O Brasil privatizado – edição especial**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2001.

_____. **O Brasil privatizado II**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2001.

BRUNO, Maria C. O. **O ICOM-Brasil e o pensamento museológico brasileiro. Vol. 2.** São Paulo: Pinacoteca do Estado, 2011.

CÉVARO, Suely M. Delineamentos para uma teoria da Museologia. In: **Anais do Museu Paulista - História e cultura Material.** São Paulo, vol. 12: Universidade de São Paulo, 2004.

CHAUÍ, Marilena. **Brasil: Mito fundador e sociedade autoritária.** São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2000.

DA MATTA, Roberto. **Carnaval, malandros e heróis.** Rio de Janeiro: Zahar, 1981.

_____. **O que faz o brasil, Brasil?.** Rio de Janeiro: Rocco, 1984.

DE ALMEIDA, Paulo Roberto. **O Fim da História, de Fukuyama, vinte anos depois: o que ficou?.** Boletim Meridiano 47, v. 11, n. 114, p. 8-17, 2010.

DELEUZE, Gilles. **Nietzsche e a filosofia.** Rio de Janeiro: Rio, 1976.

DELLAGNEZZE, René. O estado de bem estar social, o estado neoliberal e a globalização no século XXI. Parte II - O estado contemporâneo. . In: **Âmbito Jurídico.** Rio Grande, XV, n. 107, dezembro 2012. Disponível em: www.ambito=juridico.com.br/site/?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=12618

FERREIRA, Glória. Escolhas e experiências. In: DIAS, A. (Org.). **Sobre o ofício do curador.** Porto Alegre: Zouk, 2010. p. 137-147, 2010.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder.** Rio de Janeiro: Graal, 2000.

GONÇALVES, Lisbeth. **Entre Cenografias – O Museu e a Exposição de Arte no Século XX.** São Paulo: Edusp, 2004.

GUARNIERI, Waldisa R. C. **WaldisaRússio Camargo Guarnieri - Textos e Contextos de uma Trajetória.** São Paulo, Vol. 1: Pinacoteca do Estado, 2010.

LEON, Aurora. Historia del coleccionismo y de los museos. In: **El Museo: Teoría, praxis y utopía**. Madrid: Ediciones Cátedra, 1995.

LOURENÇO, Maria C. F. **Museus acolhem o moderno**. São Paulo: EDUSP, 1999.

LÖWY, Michael. **Walter Benjamin: aviso de incêndio**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2007.

MENEZES, Ulpiano C. B. de. Do teatro da memória ao laboratório da História: a exposição museológica e o conhecimento histórico. In: **Anais do Museu Paulista História e Cultura Material**. São Paulo, n. 3: Universidade de São Paulo, 1995.

OLIVEIRA, Lucia Lippi. Imaginário histórico e poder cultural: as comemorações do Descobrimento. In: **Revista Estudos Históricos**. Rio de Janeiro, v. 14, n. 26, 2000. p. 183.

PEDROSA, Mário; ARANTES, Otilia B. F. **Textos escolhidos: Política das artes**. São Paulo: Edusp, 1995.

PEIXOTO, Nelson Brissac. **Isto aqui é um Negócio: operações de captura da arte e da cidade**. São Paulo, 2002. Disponível em: <http://www.pucsp.br/artecidade/novo/publicacoes/negocio.pdf>.

QUAGLIATO, Adriana N. **Mostra do Redescobrimento: Arte Barroca e Espetacularização**. Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Artes do Instituto de Artes da Universidade Estadual de Campinas. Campinas. 2007.

SOUZA, Jessé. A sociologia dual de Roberto Da Matta: descobrindo nossos mistérios ou sistematizando nossos auto-enganos?. IN: **Revista Brasileira de Ciências Sociais**. Fev 2001, vol.16, no.45, p.47-67.

TEJO, Cristiana. Não se nasce curador, torna-se curador. In: DIAS, A. (Org.). **Sobre o ofício do curador**. Porto Alegre: Zouk, 2010. p. 149-163.

5.2 CATÁLOGOS DE EXPOSIÇÕES

Arqueologia: Mostra do Redescobrimento. São Paulo: Fundação Bienal de São Paulo, 2000.

Arte Afro-Brasileira: Mostra do Redescobrimento. São Paulo: Fundação Bienal de São Paulo, 2000.

Arte Barroca: Mostra do Redescobrimento. São Paulo: Fundação Bienal de São Paulo, 2000.

Arte Contemporânea: Mostra do Redescobrimento. São Paulo: Fundação Bienal de São Paulo, 2000.

Arte do Século XIX: Mostra do Redescobrimento. São Paulo: Fundação Bienal de São Paulo, 2000.

Arte Popular: Mostra do Redescobrimento. São Paulo: Fundação Bienal de São Paulo, 2000.

Arte: Evolução ou Revolução? A Primeira Descoberta da América: Mostra do Redescobrimento. São Paulo: Fundação Bienal de São Paulo, 2000.

Artes Indígenas: Mostra do Redescobrimento. São Paulo: Fundação Bienal de São Paulo, 2000.

Brasil+500: Mostra do Redescobrimento. São Paulo: Fundação Bienal de São Paulo, 2000.

Imagens do Inconsciente: Mostra do Redescobrimento. São Paulo: Fundação Bienal de São Paulo, 2000.

Olhar Distante: Mostra do Redescobrimento. São Paulo: Fundação Bienal de São Paulo, 2000.