



## O público na cultura contemporânea

Fernanda Pires Alvarenga Fernandes<sup>1</sup>

Para melhor elucidar nosso objeto, propomos uma reflexão que parta de alguns fatos concretos ocorridos no mundo da cultura contemporânea. Considerado um dos maiores violinistas do mundo, Joshua Bell tocou no metrô de Washington, sem se identificar, o mesmo programa que havia executado no Symphony Hall de Boston, onde os lugares custavam pelo menos 100 dólares. A reação do público de passantes mostrou como diversos elementos interferem na apreciação artística. Calcula-se que mil pessoas passaram pela apresentação, porém apenas seis pararam por algum instante e deixaram um trocado. Outra experiência semelhante e capaz de clarificar o fato de que a avaliação estética está impregnada de vários juízos que não emanam apenas do objeto estético foi realizada pela *Folha de São Paulo*, através do envio de um livro pouco conhecido de Machado de Assis a seis grandes editoras, sem identificar o autor. Nenhuma aceitou. Nas artes visuais há o exemplo de Yuri Firmeza, que questionou o papel das instâncias de consagração enquanto supostos formadores de público através de sua *Exposição em desmontagem*, na qual se fez passar por um japonês que abriria a mostra no Centro Cultural Dragão do Mar, em Fortaleza. Posando de estrela internacional, enviou releases e deu entrevistas sob o pseudônimo Souza Sareta Geijutsuka, “artista inventado” em japonês. No dia da abertura, estavam à mostra apenas cópias de e-mails que revelavam a farsa, trocados entre o artista, um sociólogo e o diretor do museu.

Os exemplos acima não apenas questionam a organização e os mediadores do circuito cultural, mas tensionam a ideia que se tem de público enquanto audiência presumida. Tal constatação nos leva a pensar a dinâmica da circulação cultural a partir da redefinição do público no contemporâneo. O sentido de plateia foi se desenvolvendo paralelamente ao significado original derivado de *res publica*, e depois gradualmente o substituiu (AUERBACH, 183 p. 151). O termo público surgiu como alternativa para designar o espaço literário e social que se desenhava não mais apenas em torno do rei, “la cour”, nem se

---

<sup>1</sup> Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Letras: Estudos Literários da Universidade Federal de Juiz de Fora.



restringia aos burgueses de “la ville”, mas passa a atingir o gosto de um “grande público” e admitia a inclusão do “parterre” dentro de uma unidade cultural urbana delineada ao final do século XVII. Assim, Auerbach sinaliza para a interdependência entre uma forma literária, uma mentalidade específica e a formação de um público dentro de um processo histórico.

Esta acepção de público ainda hoje guia o imaginário dos artistas em sua produção, embora diversos aspectos estruturais tenham transformado a realidade social contemporânea quando contraposta àquela descrita pelo teórico. Com o surgimento da cultura de massa, a questão mercadológica se impõe e o reconhecimento da influência do sistema torna-se visível a partir das vanguardas modernas, que buscam refletir a natureza da obra de arte mediante tudo o que a cerca. Uma das questões motivadoras para isso se dá no uso de aspirações nobres da arte para agregar valor mercantil à obra. Canclini defende que a crise da arte não é uma crise estética, mas da “forma de organizar as relações sociais, comerciais e institucionais entre artistas, difusores e público” (1979, p.99), observando o impacto da sociedade industrial e de massas sobre essas relações. Neste sentido, o pesquisador constata a escassez de estudos empíricos “destinados a conhecer como os artistas procuram seus receptores e clientes, como operam os intermediários e como respondem os públicos” (CANCLINI, 2006, p. 99).

Esse tipo de relação nos leva a propor nesta pesquisa não o tratamento do suporte tecnológico que tem propiciado várias mudanças, mas do imaginário, do impacto na circulação de ideias de novas formas de nomeação e resistência encontradas nas artes. Interessam-nos as transformações nos mercados simbólicos, conformando um objeto teórico que nos leva a encarar o leitor não simplesmente como produto da relação triádica obra-autor-receptor, mas como uma presença ideológica e economicamente ativa no circuito cultural. Essa percepção situa a discussão no contexto da crítica cultural, mantendo a literatura em interface com uma rede discursiva na qual se relaciona com outros textos culturais, ampliando sua comunidade de leitores.

Por outro lado, nos é útil a Estética da Recepção, descrita por Hans Robert Jauss, enquanto fundamentada teoricamente no relativismo histórico e cultural, uma vez que a qualidade e a categoria de uma obra literária não resultam direta ou exclusivamente das condições históricas ou biográficas de seu nascimento (JAUSS, 1994, p.7-8). Já para Iser a literatura se realiza na leitura, “na consciência do leitor” (ISER, 1996, p.51). O texto seria um dispositivo para que o leitor construa suas próprias representações. Assim, Iser concentra seus estudos na recepção individual a partir da Teoria do Efeito Estético, enquanto Jauss foca sua



tese na fenomenologia da resposta pública ao texto, tomando o leitor como uma entidade coletiva. Em ambos os casos, o objeto literário não se encontra no texto nem na experiência subjetiva, mas na interação de ambos, em um lugar dialógico.

A hermenêutica voltada para a resposta coletiva ao texto coloca em perspectiva um processo de relação com valores extraliterários através dos quais o leitor constrói sua experiência. Ou seja, há uma pré-compreensão, um conjunto de normas e valores carregados à leitura. É a bagagem que Jauss denomina “horizonte de expectativa” e Iser chama de repertório, aspectos dos quais é preciso comungar para que haja interseções e que adiante foram agrupados sob a noção englobadora de “comunidades interpretativas”. Neste sentido, para Iser, o texto prevê um leitor implícito, uma prefiguração da presença do receptor, sem necessariamente defini-lo, o que acaba restringindo a recepção.

Acreditamos que o público contemporâneo mantém características de diálogo, comunicação e democracia que ainda parecem garantir certa unidade, porém mudou imensamente em diversos termos. É possível observar transformações que vão desde um novo tipo de público, os consumidores cujo direcionamento do discurso está conectado à retórica da publicidade, até questões da mediação discursiva realizada através de telas e profissionais midiáticos que contemporaneamente admitem uma interatividade antes impensável.

## Referências

AUERBACH, Erich. “La cour et la ville”. In: LIMA, Luiz Costa (org). *Teoria da literatura em suas fontes*. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1975. p.150-190

BOURDIEU, Pierre. *As regras da arte: gênese e estrutura do campo literário*. São Paulo, Companhia das Letras, 1996.

CANCLINI, Néstor García. *Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade*. Trad. Ana Regina Lessa e Heloísa Pezza Cintrão, 4ª edição. São Paulo: Edusp, 2006.

\_\_\_\_\_. *A produção simbólica: teoria e metodologia em sociologia da arte*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1979.

ISER, Wolfgang. *O ato da leitura: uma teoria do efeito estético*. São Paulo: Editora 34, 1996.

JAUSS, Hans Robert. *A história da literatura como provocação à teoria literária*. São Paulo: Ática, 1994.