



O FENÔMENO DAS MEGAEXPOSIÇÕES NO BRASIL

Autora: Fernanda C. Medeiros (bolsista BIC - UFRGS)

Orientadora: Dr^a. Ana Maria Albani de Carvalho

INTRODUÇÃO

Recentemente, temos observado um fenômeno, até então pouco usual no contexto brasileiro, com longas filas e um comparecimento maciço a exposições promovidas por museus de arte em grandes cidades. Essas megaexposições têm sido consideradas tanto parte de um processo de democratização do acesso à arte quanto responsáveis pela banalização da arte em sociedades cada vez mais voltadas para o consumo. O estudo em desenvolvimento se propõe a analisar a produção, difusão e recepção dessas megaexposições. Para tanto, parte-se da análise de três casos específicos ocorridos na cidade de São Paulo: a exposição *O mundo mágico de Escher*, ocorrida no Centro Cultural Banco do Brasil em 2011; a exposição *Obsessão Infinita*, no Instituto Tomie Ohtake em 2014; e a exposição *Ron Mueck*, na Pinacoteca do Estado de São Paulo em 2015.

METODOLOGIA

A presente pesquisa segue um método qualitativo, em que foi construído um corpus a partir de fontes bibliográficas publicadas em meio impresso, livros, revistas e pesquisas acadêmicas. Também de extrema importância para o desenvolvimento das análises são os catálogos das exposições citadas, por conterem não só as informações sobre os artistas e suas obras, mas principalmente as intenções dos curadores quanto às suas escolhas e propostas expositivas.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Analisar o ambiente no qual a megaexposição de arte insere-se, considerando as manifestações artísticas contemporâneas e as inter-relações entre os elementos de seu sistema, visando com isso a abordar criticamente o papel desse tipo de evento de arte na complexidade de seu contexto.

Contribuir para a expansão do conhecimento sobre megaexposições, considerando a escassez de pesquisas sistemáticas vinculadas no campo da história e crítica de arte, especialmente no Brasil.

CONCLUSÕES PARCIAIS

Como “megaexposições” entende-se toda exposição que segue os preceitos de um determinado tipo de produção cultural desencadeado nas últimas décadas, cujo objetivo é atrair e consolidar o grande público como consumidor de arte. A definição não se fecha necessariamente dentro do grupo das exposições de grandes proporções, mas sim no conjunto que traz em seu projeto um claro esforço de todos os agentes formadores da mostra em desenvolver um evento marcante e com forte apelo publicitário direcionado ao grande público.

REFERÊNCIAS

- BLANCO, Ângela Garcia. *La Exposicion: Un Medio De Comunicacion*. Madrid: Akal, 1999
- O'DOHERTY, Brian. *No interior do Cubo Branco: a ideologia do espaço da arte*. São Paulo: Martins Fontes, 2002.
- RUPP, Betina. *Curadorias na Arte Contemporânea: precursores, conceitos e relações com o campo artístico*. Dissertação de Mestrado. PPGAV. Porto Alegre, 2010.