

Michel Masson

Prof. Orientador: Alberto Cipiniuk

Quem modifica o espaço?

Reflexões sobre a exibição de obras de arte e o campo do *design*.

Introdução

O trabalho busca uma delimitação do *design* a partir do que lhe é externo, através do rastro de suas propriedades fora do seu campo, ou seja, a partir de suas supostas fronteiras. Isto significa desconsiderar os limites tradicionais do *design*, expressos pelas inúmeras tentativas – insatisfatórias – de sua definição e admiti-lo como parte integrante – com variadas taxas de incidência – de outros campos ligados à estética, ou mais especificamente, como possível parte constituinte de atividades como a arquitetura e as artes plásticas.

Os limites do *design* são os limites de uma operação intelectual, de um raciocínio lógico, expansivo e orgânico, de uma praxis que envolve o pensar da forma – e por forma entenda-se estrutura conceitual e física coesa –, o que é algo não circunscrito exclusivamente em seu domínio. O uso da capacidade integrativa, da composição de elementos no espaço e no tempo, enfim, de conceitos da visualidade, são estratégias utilizadas por outras categorias.

O que justamente parece dificultar a delimitação do *design* é esse caráter de “onipresença”, ou seja, de recorrência de suas propriedades em outros campos, aliado ao fato de que sua prática o expande, na medida em que, por vezes, rompe com antigas categorizações e alastra seus limites ainda lacunares, aproximando da ambigüidade possíveis definições. Considerando estes fatores, este texto utilizou como fio condutor a análise de uma prática comumente atribuída ao campo do *design*: a montagem de exposições de arte, mas que no entanto, é uma atividade interdisciplinar que envolve estes tais outros campos; no caso, a arquitetura e as artes plásticas. O que denominamos como *design* de exposições é na verdade um campo de confluência, um momento onde a sobreposição e o intercâmbio dos limites dos campos se

evidencia, e sobretudo, onde os próprios limites do *design* se dissolve. Partindo deste momento de conjunção, foi possível estabelecer conexões entre os princípios e noções atribuídos ao *design* e os outros campos, mais especificamente através da questão da construção do espaço, seja ele tridimensional ou não, a qual consideramos como fator comum.

▪ O espaço

Uma das mais importantes características do espaço é seu caráter dinâmico, de constante renovação, onde não apenas o tempo, mas o homem, recria-o incessantemente. Tanto no campo quanto na cidade – e principalmente nela – o espaço movimenta-se: compartimentação, verticalização, adensamento, inflexões enfim, num processamento que tem sua origem no próprio homem, pois a construção do espaço físico está condicionada a formalização de noções abstratas *a priori* pelo pensamento humano. Somente a partir da organização mental, ou seja, da capacidade de formalização conceitual do ser humano, é que o espaço se organiza¹.

Portanto, ocorre que, a transformação do espaço – e de algum modo, de seu *design* – é na realidade a própria transformação do pensamento humano, um movimento correlato onde a sua lógica abstrata se transparece na morfologia da paisagem. Novos espaços surgem enquanto antigos são reconfigurados porque noções ou valores culturais são criados e refinados pelo homem – como conforto, praticidade, bem-estar, privacidade etc. –, que estão também, por sua vez, sob constante transformação, estabelecendo, assim, uma estranha relação dialética entre espaço e pensamento.

Neste sentido, podemos considerar que os sistemas político-econômicos representam o nível macro dessa relação, pois funcionam como a base da estrutura ideológica de ordenação do mundo e seu espaço, ou seja, de todo o processo de transformação do ambiente social. No sistema capitalista, que se baseia numa ideologia mercadológica de acúmulo e circulação do capital, a renovação é uma necessidade, tal como uma pulsão, que propulsiona o fluxo de ações inconscientes que movimentam e ativam um sistema em que o espaço é mais uma de suas diversas mercadorias.

¹ RYBCZYNSKI, Witold. *Casa: pequena história de uma idéia*. Rio de Janeiro: Record, 1999. p.48.

E sob a influência dessa ideologia mercadológica, a paisagem é reconfigurada: torna-se o resultado de um processo de transformação híbrido, que envolve, por um lado, as transformações do ciclo natural, e por outro, a ação do homem, que interfere no espaço-tempo redefinindo e impondo um ritmo outro, acelerando a renovação do espaço num metabolismo de substituição do antigo pelo novo, de renovação através da criação pela destruição. Um ciclo que gera espaços que já surgem comprometidos com este intenso e contínuo processo de transformação do pensamento humano. A sobreposição desse pensamento ao processo natural de modificação da paisagem se explicita no espaço, na sua forma.

▪ **O espaço expositivo e o *design***

Como qualquer outro espaço construído pelo homem, o espaço destinado à exibição de obras de arte segue a mesma lógica de transformação anteriormente descrita. Surge na Renascença, simultaneamente à própria formação da noção moderna de arte. Neste período, o sistema político-econômico era estruturado em forma de guildas, ou seja, por corporações de ofício responsáveis pela produção dos bens materiais em geral, realizada de forma coletiva e especializada. Sob esta mesma sistemática, sapatos, quadros e catedrais eram manufaturados – além de financiados – pelas guildas em suas oficinas, pelos mestres e seus aprendizes, educados desde muito jovens por através de um método de ensino de caráter prático. Grande parte da produção manufaturada era vendida nas feiras.

Contudo, quadros, esculturas, afrescos ou relevos compartilhavam dessa mesma lógica comercial, mas de uma forma particular, pois a produção desses objetos era realizada sob encomenda. Eram muito caros e estavam restritos às camadas sociais mais altas. Isto tornava – pelo menos naquele momento – a criação de um espaço para exibição dessa produção “artística” desnecessária, pois não havendo a demanda pela intermediação na comercialização, estes objetos percorriam o trajeto do campo produtivo ao campo da recepção de maneira direta, excluindo-se assim a necessidade de um espaço físico específico para exibição. Sem um espaço físico para a negociação daqueles objetos, o campo da circulação (legitimação e consagração dos valores) era velado, pois, embora estes “objetos” fossem encomendados, eles (as demandas por “objetos de arte”) eram submetidos ao crivo dos mestres e oficiais mecânicos antes de sua elaboração, o que denota a existência desse campo. Na verdade a demanda não era coisa suntuária, mas “coisa de uso comum”, com uma significação compreendida pela maioria da população.

Portanto, a necessidade de organizar espaços com intuito de exibição, parece ter surgido simultaneamente ao próprio processo de formação das cidades, deflagrado pelo excedente produtivo gerado no campo. Os primeiros burgos são a origem da arte e do capitalismo, o local onde a produção deixava de ser estritamente escambada ou tributária para então ser comercializada nos primeiros espaços de exibição: as feiras.

Por outro lado, os primeiros espaços de exibição que exibiram objetos artísticos – na acepção moderna do termo – parecem ter surgido para a realização de outra função que não a comercial. Quadros e esculturas, juntamente com uma variada quantidade de objetos de outra natureza - como lápides com inscrições antigas, moedas e animais empalhados - formavam uma coleção de curiosidades que servia a uma imposição de status, ou seja, como afirmação social, pois a detenção daqueles objetos refletia o nível social de quem os detinha. Este espaço de exposições com caráter estritamente privado era o gabinete de curiosidades ou a *wunderkammer*.²

Já os primeiros locais destinados exclusivamente à obras de arte surgiram posteriormente, depois da consubstanciação da noção de arte. Foram, na realidade, grandes salas nos interiores aristocráticos – espacialmente semelhantes aos demais espaços da casa –, que abrigavam coleções em ambientes apregoados de obras do chão até o teto, o que representa uma preocupação menor no arranjo das obras do que na amplitude da coleção. Como no espaço anterior, o gabinete de curiosidades, as exposições permaneciam privadas e implicitamente vinculadas a questão da diferenciação de classes.

Somente a partir de meados do século XVII surgiram exposições de caráter público, após a emancipação da arte dos grilhões das guildas, quando surge um novo sistema baseado nas Academias de Arte.³ Contudo, se antes não havia a exibição, ela era agora um privilégio concedido apenas aos pertencentes à Academia Real de Pintura e Escultura, da mesma forma que o exercício do ofício o era nas guildas. Os artistas exibiam num único Salão anual, que era, em última instância, o núcleo daquele sistema, onde toda a produção era avaliada e depois reunida num espaço, como por exemplo, os salões do Louvre. Só assim, o artista podia se

² CIPINIUK, Alberto. *A Face Pintada em Pano de Linho: moldura simbólica da identidade brasileira*. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio; São Paulo: Loyola, 2003. p.49.

³ O Sistema Acadêmico francês durou cerca de dois séculos, e é paradigmático porque a França naquele momento era o centro cultural e artístico europeu, o que fez com que esse modelo fosse adotado em praticamente toda a Europa.

afirmar socialmente e conquistar o prestígio suficiente que proporcionasse vender sua força de trabalho através das encomendas do Estado.

Os Salões Parisienses se caracterizaram desde o início por um espaço que desvalorizava as obras em função da grande quantidade exibida. A responsabilidade de montagem das obras nos Salões durante o Antigo Regime, era de um artista Acadêmico denominado de *tapissier*.⁴ Porém, esta função parece ser contingente, ao mesmo tempo que a existência de um programa deliberado para tal é difícil confirmar. Este caso demonstra a complexidade de situar o *design*: o espaço é configurado por alguém que adequa a forma à função – no caso, exibir – ao mesmo tempo em que ainda inexistente – ou existe com importância muito menor – a preocupação com uma expressão própria àquele fazer, num nível de registro quase autônomo.

A passagem do antigo espaço expositivo dos Salões para um espaço que se assemelha ao dos museus e galerias contemporâneos surge concomitantemente ao fim do Sistema Acadêmico. Enquanto o sistema Acadêmico francês centralizado num único Salão anual entrava em colapso, as vanguardas artísticas inauguravam um novo modelo expositivo em suas exposições independentes. Novos espaços surgiram em resposta não apenas ao descontentamento do artista em relação ao modo desvalorizador com que suas obras eram expostas, mas sim, à insatisfação ao Sistema Acadêmico como um todo, o que levou a substituição daquele espaço densamente ocupado por outro espaço mais limpo.

O espaço expositivo tornou-se, então, um espaço de afirmação de ideologias da nova arte que surgia, planejado e modificado por aqueles artistas, ao mesmo tempo que acompanhava o processo de desenvolvimento capitalista que evoluiu para uma nova lógica de comercialização. Foi assim em Paris, com as primeiras exposições do grupo dos impressionistas em 1874, bem como em Viena, nas Secessões a partir de 1902. Naquele momento, mais do que em qualquer outro, o espaço de exibição passou a atender de modo ainda mais explícito à sua vocação comercial. Iniciava-se a era do sistema artístico moderno que perdura até os dias atuais, representado pela figura do crítico-negociante ou *marchand*, onde os artistas passam a produzir livremente, desvinculados das normas academicistas, para este novo “mecenas”.

⁴ DESBUISSONS, Frédérique. A Ruin: Jaques-Louis David's Sabine Women, *In.*: Journal of the Association of Art Historians: Blackwell Publishers Ltd. Oxford, UK and Boston, USA. Vol. 20, n. 3, setembro 1997. p.437.

A transformação do espaço de exposição é na verdade a própria transformação do sistema artístico. É um espaço institucional que pertence ao campo da arte, ou seja, a um sistema que vem se desenvolvendo atrelado ao capitalismo. Isto se evidencia na análise de Janet Wolff, ao afirmar que “*a produção artística é afetada pelo avanço do capitalismo, embora não inicialmente da mesma maneira que as outras formas de produção*”, pois “*com desintegração dos laços tradicionais entre produtor e consumidor (igreja, patrono, academia) das artes, particularmente na Europa durante o século XIX, as condições do trabalho artístico contrastaram mais acentuadamente com as de outros tipos de trabalho*”, até que, a longo prazo, o trabalho artístico fosse incorporado pelo sistema. Segundo a autora, este trabalho “*acaba por cair sob as leis gerais da produção capitalista e passa a ser considerado como mercadoria*”.⁵

Nesse contexto de mudança, onde a arte passou a se voltar cada vez mais para si, a exibição tornou-se o veículo de idéias artísticas, estando seu *design* determinado pelo discurso artístico, comprometido com a arte. As Secessões, por exemplo, foram exposições que operavam segundo o conceito de obra de arte total, de integração obras-espaço através de uma unidade; Lissitsky projetou o espaço dos abstratos em Hanovre em 1927 como uma extensão de sua obra racional no espaço tridimensional do museu; os surrealistas fizeram de sua exposição internacional em Paris em 1938 uma instalação, enfim, são exemplos que relativizam o caráter secundário, coadjuvante, atribuído ao espaço de exposições. Além disso, demonstram o “rarefeito limite do *design*”, na medida em que são exposições que trabalham na interseção entre a arquitetura, as artes plásticas e o *design*, conjugadas de maneira a redefinirem a significação uma das outras, conduzindo a apreensão à totalidade da cena⁶. O *design*, que permeia o espaço expositivo como um todo, se imbrica tanto às operações realizadas pelas obras em si expostas quanto à arquitetura.

Apesar da existência de exceções como essas, entre outra não mencionadas, acompanhar a evolução destes espaços é acompanhar a trajetória de um espaço predominantemente neutro e asséptico, quase sempre descompromissado com intenções estéticas que pertençam a um raciocínio de *design*, visto que a mera arrumação dos elementos nesse espaço tridimensional não é suficiente para constituir a prática expositiva como produto de um *design*, muito menos que seu exercício seja restrito ao profissional *designer*, visto que muitas vezes esse

⁵ WOLFF, Janet . *A produção social da arte*, Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1982. p. 30-31.

⁶ Cena: cubo cênico, condição *a priori* da perspectiva, unidade espaço temporal.

pensamento foi, e ainda o é, exercido não apenas pelo artista, mas por curadores e arquitetos, figuras também ligadas à construção desse espaço interdisciplinar.

No caso da curadoria, podemos citar o exemplo pioneiro de Alfred Barr, que numa atitude visionária, reuniu no MoMA em Nova Iorque a partir da Segunda Guerra Mundial – na época do deslocamento do centro artístico mundial da Europa para os estados Unidos –, um acervo extremamente diversificado, partindo de uma leitura menos regionalista da arte moderna, que privilegiava mais a realidade estética dos trabalhos em si do que suas origens e programas culturais. Algo que modificava, a partir da escolha dos objetos, a antiga percepção dos objetos, o que consideramos um processo intelectual que pertence aos limites do *design* expositivo.

Outro exemplo “curatorial” de *design* surge durante os anos 1960-70, quando realizadores de exposições como Harald Szeemann ou Pontus Hulten fizeram de suas exposições verdadeiros projetos estéticos, e que os levou a “reivindicar as potencialidades artísticas e criativas dos curadores e dos modelos curatoriais estabelecidos, nos quais as exposições não apenas são o principal ‘legado’ para a apresentação da arte mas se tornam um princípio criativo em si mesmo, com direitos próprios”⁷. E este princípio é o que inclui essa ação no campo do *design*.

O Museu Judaico de Berlim serve, por outro lado, como outro exemplo de *design* do espaço expositivo com princípio criativo em si, na medida em que explora a relação observador-obra de modo inovador. Carregado de simbolismos, o projeto tematiza e integra explicitamente a história dos judeus na Alemanha e as repercussões do Holocausto, fazendo uma fusão entre estas questões e seu espaço, partindo, porém, de uma nova relação entre o programa e o espaço arquitetônicos, evidenciada por uma espacialização da história. Através de seu *design*, o museu exhibe a história social, política e cultural dos judeus em Berlim.

⁷ Jens Hoffmann . A exposição como trabalho de arte, Parque Lage, abril de 2003.

▪ Conclusão

Como vimos, parece que, o que caracteriza a existência de um *design* no espaço expositivo é o que podemos chamar de ativação do espaço. Esse caráter ativo é na verdade uma atribuição de significado ao espaço, através da forma, num trabalho que opera nos limites do delicado terreno da fruição da obra e que por si gera experiências, interpretações e novos sentidos às obras não pensados por seus autores.

A integração entre obra e espaço expositivo é uma operação de limites epistemológicos flexíveis, que se movimenta pelos campos da arquitetura e das artes plásticas, e sobretudo, do *design*. Um raciocínio de conexão entre o espaço interno da obra e o espaço em que ela se exhibe no ponto de contato da obra com o mundo real. O *design*, neste caso, funciona como uma ação intelectual sob o processo perceptivo estético, ou seja, um agente sob a fruição do fenômeno artístico, onde a variação máxima desta ação – a integração plena – resulta num espaço expositivo como extensão do próprio espaço da obra, uma nova delimitação espacial.

Portanto, esta relação orgânica faz com que aquilo que convencionamos denominar como *design* escape à maioria de suas definições, na medida em que estas, se baseiam na idéia de uma atividade que tem por objetivo a configuração de produtos industriais, o que exclui do *design* o seu caráter de linguagem. No entanto, o *design* encontra-se menos nos objetos industriais que compõem a exposição – expositores, suportes, painéis divisores modulados, etc. – do que na concepção, no pensamento do espaço expositivo como um todo, no discurso de integração física e sobretudo, conceitual entre obras e espaço.

Então surge a pergunta: a que campo do conhecimento podemos atribuir a manipulação do espaço plástico? Ora, o limite do *design* é absolutamente fluido, pois se estende ao pensamento da forma. Encontra-se nas artes plásticas, no planejamento do mobiliário ou nas casas e nas cidades atribuído à arquitetura, e enfim, a outras áreas do agenciamento humano. O *design* é sobretudo, uma noção – assim como a arte e a arquitetura – sujeita a mudanças, e que está presente em diversos campos; e estar em todo lugar, é na verdade estar em lugar algum, daí sua atopia.

Bibliografia

- BONFIM, Gustavo Amarante. *Idéias e Formas na História do Design: uma investigação estética*. João Pessoa: Ed. Universitária da UFPB, 1998.
- CIPINIUK, Alberto. *A Face Pintada em Pano de Linho: moldura simbólica da identidade brasileira*. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio; São Paulo: Loyola, 2003
- ESCOREL, Ana Luisa. *O Efeito Multiplicador do Design*. São Paulo: Ed. Senac, 2000.
- HAUSER, Arnold. *História Social da Arte e da Literatura*. São Paulo: Martins Fontes, 1998.
- KLUSER, B; HEGEWISCH, Katharina. *L'art de Exposition*. Tradução de Denis Trierweiler. Paris: Regard, 1998.
- RYBCZYNSKI, Witold. *Casa: pequena história de uma idéia*. Rio de Janeiro: Record, 1999.
- WHITE, Harrison C.; WHITE, Cynthia. *Canvases and Carrees: institutional change in the French painting world*. USA: Chicago Press, 1993.
- WOLFF, Janet. *A Produção Social da Arte*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1982.
- DESBUISSONS, Frédérique. A Ruin: Jaques-Luis David's Sabine Women. *In.:* Journal of the Association of Art Historians: Blackwell Publishers Ltd. Oxford, UK and Boston, USA. Vol. 20, n. 3, setembro 1997.