

O ESPAÇO DA ARTE: PERCURSO HISTÓRICO

Maria Aparecida Torrecillas Abreu
aptorrecillas@yahoo.com.br
PPGA UFES

Resumo: Neste artigo, pretende-se percorrer algumas das dimensões que caracterizam o espaço físico destinado à exposição de obras de arte, representado por museus e galerias, com o fim de confrontá-lo ao contexto espacial virtual representado por blogs, sites, hotspots, redes sociais e outras configurações que vêm, nos últimos anos, se propondo a divulgar, expandir, complementar ou mesmo substituir o espaço expográfico tradicional. A intenção é de refletir sobre as relações de poder instauradas nesses dois momentos históricos, analisadas no campo da economia política, levando-se em conta que na estrutura das redes emergem novas formas políticas que escapam à lógica hierárquica dos modos tradicionais de exibição e circulação da arte e da esfera legitimadora dessas instituições. Serão abordadas as convenções que normatizaram o espaço expositivo modernista, comparando-o ao universo eclético do ciberespaço, considerado como uma típica manifestação pós-moderna e caracterizado por uma organização polidimensional da informação em rede.

Palavras-chave: museus, galerias, ciberespaço, exposição, redes

O ESPAÇO DA ARTE: PERCURSO HISTÓRICO

Neste artigo, pretende-se percorrer algumas das dimensões que caracterizam o espaço físico destinado à exposição de obras de arte, explorando os paradigmas desse evento que faz parte do sistema de circulação da arte, com o fim de confrontá-lo ao contexto espacial virtual representado por blogs, sites, hotspots, redes sociais e outras configurações que vêm, nos últimos anos, se propondo a divulgar, expandir, complementar ou mesmo substituir o espaço expográfico tradicional de museus e galerias. A intenção é de refletir sobre a relação do objeto artístico com dispositivos virtuais ligados ou não à rede mundial da internet, levantando-se alguns dos pontos-chave que caracterizam a relação do espaço com a obra. Sites institucionais de museus e galerias ou de eventos específicos como bienais, festivais ou de uma única exposição, blogs de artistas, de críticos de arte ou de pessoas ou grupos interessados em arte, assim como dispositivos digitais instalados nos ambientes físicos das mostras, interagindo com as obras das mais variadas formas, são algumas das manifestações focadas nesta análise.

O surgimento e expansão acelerada das redes informacionais baseadas na interconexão mundial de computadores da net vem desafiando e, sistematicamente, colocando por terra modelos tradicionais concentradores de poder e baseados no controle centralizado de códigos de conhecimento. A sociedade, cada vez mais hiperconectada, vive intensamente a lógica da informação descentralizada, desterritorializada e compartilhada. Com a consequente emergência de novos modos, práticas e costumes permeando a vida contemporânea, é natural que essa revolução tenha invadido também as práticas artísticas. Sob essa perspectiva, torna-se relevante discutir que possíveis mudanças se instauram nas relações de poder, no âmbito da circulação e exibição da arte no contexto espacial virtual, levando-se em conta que na estrutura das redes emergem possíveis novas formas políticas que escapam à lógica hierárquica dos modos tradicionais de relação entre artista, curadores, público e museus como esferas legitimadoras da arte,

considerando-se a natureza hipermidiática e interativa do ciberespaço, onde questões como noções de autoria, original e cópia, assim como as fronteiras fluidas entre cultura popular e cultura erudita se modificam intensamente.

Assim como a obra de arte é fruto e produto do meio, o espaço expositivo pode ser analisado sob as perspectivas históricas que o definem em cada momento, sendo pertinente analisar-se o contexto sociocultural que produz o espaço expográfico como um documento de seu tempo. Essa leitura do espaço expositivo como uma explicitação de convenções de um período, apreendido, assim, como um documento histórico cujas características remetem a uma maneira particular de existência, conduzida pela experiência social de determinada época, considera, em parte, a “busca das intenções” promovida por BAXANDALL (2006), autor que dedicou-se a reconstruir processos de criação por meio da reconstituição histórica das condições sociais específicas de percepção da obra de arte.

Sob esse viés, FOSTER, KRAUSS, BOIS, BUCHLOH (2004) destacaram que a estética da autonomia da arte, nascida dos processos sociais que conduziram à construção histórica da individualidade burguesa, contribuiu para engendrar algumas das transformações fundamentais na história da arte, citando o que Benjamin chamou de transição do valor de culto para o valor de exibição da obra de arte. Segundo os autores, esse conceito de autonomia também está na base das novas formas de distribuição da obra de arte, a partir daí convertida em mercadoria e, portanto, inserida na lógica capitalista de produção.

A partir do final do século XIX, começa a se instaurar, segundo CAUQUELIN (2005) o Sistema da Arte e seus atores – marchands, críticos, curadores, colecionadores, conservadores, museus, galerias – tendo o processo de industrialização como ponto de solidificação do mercado e de fortalecimento do poder das instituições. Esse período é tratado pela autora como gerador da noção do objeto artístico como produto de consumo, ideia que se sobrepõe no período da Modernidade e que rege o que ela chama de “regime do consumo”.

Dessa condição, o sistema de arte passa para o chamado “regime de comunicação”, na virada da era industrial para a era tecnológica, quando outros profissionais foram agregados: os especialistas em geração, apresentação e distribuição da informação.

Para embasar adequadamente as ideias que serão expostas no percurso da análise, é essencial que se estabeleçam, primeiramente, alguns conceitos, como as definições de virtual e real. LÉVY (1999), afirma que a palavra “virtual” pode ser entendida ao menos sob três aspectos: o corrente, o filosófico e o técnico. No uso corrente, costuma-se atribuir o caráter de virtual a algo que se contrapõe à realidade, ou seja, um fenômeno irreal. Já na ótica filosófica, é virtual aquilo que existe apenas em potência e não em ato, o que torna o virtual uma parte importante da realidade. Nesse caso, a oposição se daria entre os termos virtual e atual, sendo o último a concretização efetiva do primeiro. Tecnicamente, a virtualização está ligada à digitalização da informação. Transformada em códigos de computador, a informação se encontra fisicamente em algum lugar (suportes digitais como o disco rígido, cds, dvds, etc.), estando virtualmente presente em cada ponto da rede onde seja solicitada, momento em que é “atualizada”.

A informação digital (traduzida para zero e um) também pode ser qualificada de virtual na medida em que é inacessível enquanto tal ao ser humano. Só podemos tomar conhecimento direto de sua *atualização* por meio de alguma forma de exibição. (LÉVY, 1999, p. 48)

GRAU (2007) desenvolve um raciocínio mais amplo sobre o conceito de realidade virtual na história da arte, encontrando origens bem mais antigas para seu desenvolvimento, do que a gerada por meio do computador. Segundo ele, as estratégias para inserir o observador em um espaço imagético de ilusão são próprias do relacionamento primordial do ser humano com as imagens, remontando ao mundo clássico. Utilizando-se dos recursos técnicos disponíveis em cada época, artistas já se esforçavam para “remover os limites e a distância psicológica entre o observador e o espaço imagético” em 60 A.C.,

no *Grande Friso*, da *Villa dei Misteri*, em Pompéia, Itália, um dos mais famosos afrescos da Antiguidade, ou na *Chambre Du Cerf*, uma das salas do Palácio de Avignon, no sul da França, em 1343, ou ainda no panorama¹ alemão *A Batalha de Sedan*, de 1883, todos exemplos do que o autor chama de “pré-história dos procedimentos imersivos da realidade virtual computacional”.

Na realidade virtual, uma visão panorâmica é associada à exploração sensório-motora de um espaço imagético que produz a impressão de um ambiente ‘vivo’. (...) A possibilidade de acesso a esses espaços e à comunicação com alcance mundial através de rede de dados, com a técnica da telepresença, abre uma gama significativa de novas opções. (GRAU, 2007, p. 21)

O termo “interatividade”, comumente utilizado quando nos referimos ao universo virtual, também necessita de definição para essa reflexão. LÉVY (1999) afirma que a palavra normalmente qualifica a participação ativa do receptor de uma informação, acrescentando, ironicamente, que este, a menos que esteja morto, nunca é totalmente passivo. O que leva o autor a identificar diversos tipos e níveis de interatividade, definidos pelo maior ou menor grau de reapropriação e de recombinação material da mensagem. Assim, a televisão não deixa de ter certo nível de interatividade ao abrir espaço para a decodificação, interpretação e mobilização do sistema nervoso do espectador; o telefone é interativo, pois permite a reciprocidade, o diálogo e o contato entre os corpos dos interlocutores; o videogame tem caráter interativo porque oferece a possibilidade de reorientar o fluxo de informação em tempo real. Dessa forma, LÉVY (1999) define alguns eixos principais pelos quais podem ser medidos os graus de interatividade de dispositivos de comunicação, destacando as possibilidades de reapropriação e de personalização da mensagem recebida, a reciprocidade, a virtualidade (ligada à troca de mensagens em tempo real), a implicação das imagens dos participantes da mensagem e a telepresença.

No universo da arte, os graus de interatividade entre observador e obra podem ser observados em paralelo à trajetória da história da arte e, particularmente, às mudanças de paradigmas relacionados a forma como a obra é exposta.

O'DOHERTY (2002) destaca o período do Impressionismo como o momento em que o quadro tornou-se parceiro ativo da percepção:

Os primeiros espectadores do Impressionismo devem ter tido muita dificuldade de apreciar quadros. Quando se tentava verificar o motivo chegando perto, ele sumia. O Espectador era forçado a ir para trás e para frente para captar partes do conteúdo antes que elas se dissipassem. (...) E o espectador começava a exprimir suas primeiras queixas: não só “O que deve ser isso?” e “O que isso significa?”, mas “Onde devo me colocar?” (O'DOHERTY, 2002, p. 63)

A partir desse momento, quando a arte inicia seu processo de conquista da autonomia, cerne do projeto artístico modernista, é que o contexto do espaço da galeria passa a ser considerado na interação entre obra e visitante. A parede, agora participante ativa da arte, adquire conteúdo e torna-se parte integrante da estética da obra nela pendurada. “A pintura predominante de Cézanne à Color Field acompanha a parede, confronta-a com coordenadas verticais e horizontais, mantém o princípio da gravidade e o observador ereto”. (O'DOHERTY, 2002, p.32)

É com o Modernismo que, segundo O'DOHERTY (2002), o recinto da galeria se transformou no “cubo branco”, asséptico, atemporal e isolado do mundo exterior, um ambiente homogêneo que exalta as características arquitetônicas do próprio edifício. O autor compara a idealização rigorosa desse espaço com os preceitos de construção de uma igreja medieval. Janelas lacradas, paredes brancas, luz artificial, pisos de madeira polidos ou acarpetados, tornam, como ele mesmo ironiza, “até um cinzeiro de pé quase um objeto sagrado”. Nesse espaço, o observador é quase um intruso, um herege no Éden sacralizado e resguardado da realidade mundana das ruas, ruídos e cheiros da cidade caótica ao seu redor. Na verdade, ele se torna o Olho, uma entidade despojada do corpo, pois, segundo o autor, para vislumbrar a eternidade artificial do espaço expositivo modernista, é preciso abandonar a individualidade em favor dos interesses do grupo (a “casta” que se ratifica no topo da estrutura de poder pela imutabilidade aparente do cubo branco).

As rigorosas convenções que normatizaram essa forma ritualística de exposição das obras foram desafiadas, em 1938, por Marcel Duchamp, na Exposição Internacional do Surrealismo, na Galerie de Beaux-Arts, em Nova York. Ao eleger o teto do local como espaço expositivo de sua obra, uma área até aquele momento ignorada pelos artistas, Duchamp inaugura um novo olhar sobre a forma como obra, observador e espaço podem se relacionar. A racionalidade e funcionalidade do cubo branco são colocadas em xeque pelo artista, que esboça ali o início de uma nova trajetória de relacionamento entre obra e contexto expositivo, cuja lógica será cada vez mais questionada, principalmente na perspectiva da pós-modernidade. Esse caminho passou por inúmeras experiências no século XX, como a Arte Cinética ou, especificamente no Brasil, os Parangolés de Hélio Oiticica e os Bichos de Lygia Clark, só para citar alguns poucos exemplos.

Duchamp pode ser visto, também, como um artista que chamou a atenção para o espaço de exposição da obra de arte. Segundo CAUQUELIN (2005), Duchamp exprime em seu trabalho que “o lugar de exposição torna os objetos obras de arte. É ele que dá o valor estético de um objeto, por menos estético que seja”. Em suas experiências de ready-mades, afirma o valor da obra no espaço-palco em que é mostrada e não em si mesma. Essa visão, ao mesmo tempo afirmadora de museus e galerias como instâncias legitimadoras da arte e, de certa forma, irônica sobre essa concepção institucionalizante do sistema artístico, contribui essencialmente para a passagem do período moderno para o contemporâneo, ao propor a arte como um sistema de signos circulando dentro de redes, pensamento que Andy Warhol firmou, em seguida, ao longo de sua carreira. Ultrapassando a ideia do espaço físico de exposição para o espaço de comunicação, a proposta artística de Warhol articulou a arte à sociedade e ao mundo dos negócios, elegendo objetos de consumo para serem mostrados e reproduzidos em larga escala.

O questionamento da instituição artística, desde a caracterização da obra de arte modernista como inacessível e elitista, levam o pensamento pós-moderno

a repudiar o museu como último refúgio da arte que se afasta da vida. Segundo COMPAGNON (1996, p.117), ao descrever o início da era pós-moderna, “o desejo de reunir a arte e a vida, o otimismo tecnológico e a valorização da cultura de massa, o projeto crítico, enfim, tudo isto concordava com a tradição vanguardista europeia”. Considerando como os dispositivos digitais de formação da realidade virtual estão fundamentalmente enraizados na evolução tecnológica, o que determina uma lógica específica de geração de novas práticas e modos de vida, além de sua afinidade natural com a cultura de massa, já que sua própria lógica é a de manifestações descentralizadas, espontâneas e heterogêneas de seus participantes, livres de qualquer hierarquia na organização da informação, pode-se perceber como o espaço expositivo virtual é essencialmente pós-moderno.

Assim como as construções pós-modernas pensam em seus habitantes, a elaboração espacial virtual se organiza sob a ótica dos interesses de seus participantes. A construção hipertextual, base da organização polidimensional da informação em rede, possibilita navegações com infinitas possibilidades de trajetória, determinadas única e exclusivamente pela vontade, tempo e disposição do receptor. Esse novo contexto favorece um tipo de interatividade entre usuário e conteúdo artístico, caracterizado pela construção de percursos variados de conhecimento da obra e do artista, levando a um receptor mais autônomo, livre para fruir a obra longe da mediação das instituições legitimadoras da arte.

Assim, o espaço asséptico e intimidador do cubo branco modernista se contrapõe ao universo eclético, caótico e acrítico do ciberespaço. A própria limitação na interação entre obra e observador no ambiente dos museus e galerias tradicionais se modifica na perspectiva virtual. De “coadjuvante complacente”, como caracteriza O’DOHERTY (2002), o receptor torna-se figura ativa na apreciação da obra.

Como pensar, hoje, espaços proibidos, onde os avisos de não tocar, fazer silêncio, não pisar, não entrar colocam a impossibilidade de

partilhar fisicamente a obra do artista? A palavra-chave para o próximo milênio é interatividade. (DOMINGUES, 1997, p. 22).

Mesmo considerando-se a categoria de sites institucionais dos museus e galerias, cujo conteúdo se constrói com base no acervo dessas organizações e, portanto, obedece aos parâmetros consagrados por elas do que é ou não arte, a dessacralização do ambiente de exposição artística é evidente, diante dessa nova forma de interação entre o público e a obra no ciberespaço. Até quem nunca pisou em um museu, intimidado pela elitização desses ambientes, fica à vontade para percorrer espaços virtuais de museus pelo mundo ou blogs de críticos de arte e artistas. Assim, objetos artísticos abandonam as salas frias de museus e galerias, isoladas do ambiente caótico das cidades, para invadir o cotidiano de seus habitantes, se misturar a outras manifestações culturais, se transformar em entretenimento, receber intervenções, ser usado no todo ou em partes em outras construções estéticas, enfim, aproximar-se da vida. Um panorama que ratifica a visão de CASTELLS (1999), de que o advento da rede de interconexão mundial selaria o fim das fronteiras entre cultura popular e cultura erudita, entre informação e entretenimento.

A que se considerar a dimensão acrítica e conservadora que se costuma atribuir às manifestações pós-modernas. Nesse sentido, COMPAGNON (1996) lembra que a crença no declínio das ideologias é um fator de aproximação do pensamento pós-moderno ao neoconservadorismo, citando Frederic Jamenson, um neomarxista que acusou o pós-modernismo de reforçar a lógica capitalista “negando a autonomia da arte que representa, segundo Adorno, a última garantia contra a retomada burguesa” (COMPAGNON, 1996, p.121)

O pós-modernismo abandonou do modernismo a dimensão subversiva ou crítica, em proveito de uma convivência simples com a sociedade pós-industrial. Jamenson, entretanto, deixa em aberto, sem precisá-la, a possibilidade de que o pós-modernismo resista também à lógica capitalista. (COMPAGNON, 1996, p. 121)

Nesse sentido, poderia se considerar o ciberespaço como ambiente favorável à superficialidade de opiniões, não ancoradas em conteúdos críticos substanciais, o que se aplica também à apreciação artística de obras exibidas

em seu contexto. O questionamento de HARVEY (1989) de que o pós-modernismo poderia não passar de “comercialização e domesticação do modernismo”, vitimado pelo “ecletismo de mercado ‘vale tudo’”, pode ser o ponto de partida para uma reflexão sobre a lógica de pensamento que envolve o objeto artístico quando inserido no ambiente virtual.

O conjunto de características específicas da organização espacial de cada contexto (físico e virtual) configura-se, também, em ponto de análise relevante na contraposição desses dois ambientes. No caso da exposição em museus e galerias tradicionais, há toda uma estrutura de alocação das obras que segue preceitos e normas próprios, com o fim de proporcionar o que se considera, nesse contexto, como um ambiente favorável à apreciação das obras. Em primeiro lugar, as obras se apresentam ao visitante comumente em um conjunto, cujos critérios de formação podem se basear em uma determinada autoria, período, movimento, estilo ou técnica artística ou em mais de um desses (ou outros) parâmetros de seleção. Além disso, normas de espaçamento entre as peças, para a convivência pacífica entre uma obra e outra, fazem parte da forma como se constroem esses conjuntos.

Quanto espaço deve ter uma obra de arte (dizia-se então) para “respirar”? Se as pinturas manifestam implicitamente suas condições de ocupação, torna-se mais difícil ignorar o resmungar um tanto aflito de uma com a outra. O que fica bem junto, o que não fica? A estética do ato de pendurar evolui de acordo com seus próprios usos, que se tornam convenções, que se tornam normas. (O'DOHERTY, 2002, p. 21)

Essa condição praticamente se perde no espaço virtual, já que é comum a obra ser observada de forma individualizada e, muitas vezes, até descontextualizada. No caso das visitas em que se disponibiliza um “passeio” virtual em 360 graus pelas dependências do museu, essa contextualização da obra é, em parte, recuperada, limitada obviamente pela habilidade do internauta em manipular os controles que o levam a percorrer os vários ângulos dos ambientes.

Por outro lado, a tecnologia digital tem permitido cada vez mais ao visitante virtual uma experiência, em muitos aspectos, mais rica que as proporcionadas pela presença física diante de uma obra. Basta lembrar que visitas a museus com acervos muito célebres costumam se transformar em grandes aventuras em meio a turistas ansiosos com suas câmeras e filmadoras. Aproximar-se de uma obra pode ser uma missão inglória, já que será preciso enfrentar não só o tumulto de visitantes, mas também vidros e cordas de proteção. Já por meio de recursos digitais como o Art Project do Google, que utiliza a mesma tecnologia do Google Street, é possível acessar imagens formadas por 7 bilhões de pixels de mais de mil obras, de cerca de 400 artistas², com resolução que permite a visualização de detalhes muitas vezes impraticável na visita física ao museu.

É preciso considerar, ainda, que a tecnologia digital torna as distâncias geográficas cada vez menos importantes, possibilitando se conhecer acervos de museus do mundo todo, sem sair de casa. Em países como o Brasil, com uma quantidade de espaços dedicados à arte irrisória frente aos seus números demográficos (de acordo com o Instituto Brasileiro de Museus, apenas 21% das cidades brasileiras possuem museus³), o crescente oferecimento de recursos para a visita virtual de instituições artísticas por todo o mundo torna mais democrático o acesso à arte.

Por fim, a possibilidade quase instantânea de interagir com imagens, textos e sons aberta pela internet autoriza, segundo COUCHOT (1997), formas de participação mais elaboradas e ampliadas do público com a obra. MACHADO (1997, p.45) completa, lembrando que a interatividade proporcionada pela informática permite que “o processo de leitura seja cumprido como um percurso, definido pelo leitor-operador, ao longo de um universo textual onde todos os elementos são dados de forma simultânea”. No contexto do espaço expositivo de obras de arte, esse percurso se diferencia do que é definido pelas instituições tradicionais de exibição artística, pois o internauta pode iniciá-lo a partir de pontos bem diferentes (partindo de outros sites ou redes sociais), seguir em infinitas direções (buscando mais informações sobre o artista ou

movimento em outros sites, por exemplo), sem nenhuma obediência a um padrão linear de construção de informação e de percepção. Essa nova condição ultrapassa, segundo MACHADO (1997), a questão da liberdade ou autonomia concedida ao receptor. Segundo ele, a estrutura hipertextual da internet se adéqua plenamente aos processos de associação contínua e de reestruturação de imagens e conceitos selecionados pela memória, que caracterizam a consciência e a imaginação humanas. E ele completa que o papel modelador do acaso faz parte do jogo da interatividade virtual, permitindo a experiência plena do pensamento e da imaginação, num processo vivo que se modifica incessantemente. O que coloca o espaço virtual como instância privilegiada na construção de sentidos para a arte.

Notas

¹ Técnica artística patenteada por Robert Baker em 1789, que consistia basicamente na criação de espaços pictóricos que envolviam o observador quase que por completo, sem a utilização de molduras, com o propósito de causar a ilusão de realidade.

² <http://br.www.who.int/newsroom/stories/2011/02/google-lanca-google-art-project-mais-de-1000-obras-de-arte-pela-internet/>, acesso em 02/08/2011.

³ <http://noticias.uol.com.br/cotidiano/2010/12/14/numero-de-museus-no-brasil-ainda-e-pequeno-na-comparacao-com-outros-paises-diz-presidente-do-ibram.jhtm>, de 14/12/2010. Acesso em 02/08/2011.

Referências Bibliográficas

BAXADALL, Michael. **Padrões de intenção**: a explicação histórica dos quadros. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.

CAUQUELIN, Anne. **Arte contemporânea**: uma introdução. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede** - a era da informação: economia, sociedade e cultura. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

COMPAGNON, Antoine. **Os cinco paradoxos da modernidade**. Belo Horizonte: UFMG, 1996.

COUCHOT, Edmond. **A arte pode ainda ser um relógio que adianta? O autor, a obra e o espectador na hora do tempo real.** In: DOMINGUES, Diana (Org.). **A arte no século XXI: a humanização das tecnologias.** São Paulo: Unesp, 1997.

DOMINGUES, Diana (Org.). **A arte no século XXI: a humanização das tecnologias.** São Paulo: Unesp, 1997.

FOSTER, Hal; KRAUSS, Rosalind; BOIS, Yve-Alain; BUCHLOH, Benjamin. **Arte desde 1900.** Londres: Thames & Hudson, 2004.

GRAU, Oliver. **Arte Virtual: da ilusão à imersão.** São Paulo: Senac, 2007.

HARVEY, David. **A condição pós-moderna.** São Paulo, Loyola, 1989.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura.** São Paulo: 34, 1999.

MACHADO, Arlindo. **Hipermídia: o labirinto como metáfora.** In: DOMINGUES, Diana (Org.). **A arte no século XXI: a humanização das tecnologias.** São Paulo: Unesp, 1997.

O'DOHERTY, Brian. **No interior do cubo branco: a ideologia do espaço da arte.** São Paulo: Martins Fontes, 2002.

Currículo resumido:

Possui graduação em Artes Plásticas pela Universidade Federal do Espírito Santo (1988) , graduação em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda pela Universidade Federal do Espírito Santo (1995) e especialização em marketing pelo Fundação de Assistência e Educação (2000) . Atualmente é Professor do Centro Universitário de Vila Velha. Tem experiência na área de Comunicação , com ênfase em Comunicação Visual, mestranda do PPGA-UFES.