

Sobre as concepções ideológicas da arte e de suas instituições: do Museu de Arte Contemporânea à concepção de Arquivo da Contemporaneidade

Giulia Crippa¹

Resumo

Diante de inúmeras mudanças que permeiam o universo dos museus e, em especial, das artes contemporâneas, as questões relacionadas à estética e à ordem econômica têm ocupado o lugar de destaque. Este artigo propõe-se a estudar, de um lado, a interação orgânica dos museus na proposição de valores da arte de ordem estético-econômicos; do outro lado, pretende indagar o fenômeno da arte dentro de um contexto diferente, o do sistema da comunicação, e da reorganização da proposição da arte não em museus, mas em arquivos, como proposição política. Com o intuito de entender o lugar e o papel dos museus ligados à arte e à contemporaneidade, propomos a elaboração de um mapa conceitual resumido da arte e dos museus entre os séculos XIX e XXI; esboçar as mutações nos processos de seleção e comunicação dos museus, na medida em que os conceitos de arte foram se imbricando nas transformações do capitalismo; e individualizar fenômenos relacionados à arte nos museus e suas propostas aos públicos.

Palavras-chave: Sistema da arte. Museu de Arte Contemporânea. Arquivo. Mercado.

Abstract

As for the many changes that permeate the universe of museums and especially of contemporary art, the issues related to aesthetics and economic order have occupied a relevant place. This article aims to examine, on one hand, the organic interaction of museums in the proposition of values of art in the plan of aesthetic and economic. On other hand, it proposes to think art phenomenon in a different context, the communication system and the reorganization of art collections not in museums, but as archives as a political proposition. In order to understand the place and role of contemporary art museums, we propose the development of a

1

Professora do bacharelado Ciência da Informação e Documentação da USP, Campus de Ribeirão Preto, e do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da ECA-USP.

Sobre as concepções ideológicas da arte e de suas instituições:
do Museu de Arte Contemporânea à concepção de Arquivo da Contemporaneidade
Giulia Crippa

brief conceptual map of art and museums between the XIX and XXI centuries and a sketch of the changes in the selection and communication processes of museums, to the extent that art concepts intertwined in capitalism changes and individualize art-related phenomena in museums and their proposals to publics.

Keywords: Art system. Contemporary Art Museum. Archive. Market.

Introdução

Tradicionalmente, para que os museus sejam reconhecidos como tais, são-lhes atribuídos a tarefa de estabelecer “hierarquias” de memória, que se realiza quando eles legitimam – enquanto instituições prepostas à garantia² – fronteiras e delimitações conceituais sistêmicas das definições de “arte”, desempenhando seu papel de conservação, preservação e exposição ao público das obras de arte e dos artistas selecionados. Os museus, desde sua criação conceitual iluminista, são os lugares deputados à seleção, guarda e visibilidade daquilo que, na definição de Le Goff (1978), se entendem como monumentos. No caso de monumentos artísticos, os museus encarregam-se de selecionar e destacar aqueles que pertencem às reflexões estéticas. É a própria instituição que distingue – e distancia – tais produtos daqueles que, de maneira banalizada, consideramos parte do sistema da comunicação. Tratando-se cada vez mais de fenômenos ainda não historicizados, em andamento, objetos e conceitos tornam-se “memória coletiva” nos museus contemporâneos graças ao próprio desenvolvimento conceitual da instituição que, ao longo dos séculos XIX e XX, é construída exatamente para ser essa instância de seleção e comunicação – à sociedade – daquilo que ela própria, ou partes institucionalmente reconhecidas dela, elege como representativo da memória artística. No campo da Arte não há muitas dúvidas sobre o fato de que o artista que não for representado pelo aparato sistêmico constituído por *marchands*, críticos, galerias, museus, dificilmente será lembrado. Espaço designado para desempenhar, assim, a função de preservar a memória artística, o museu é uma autoridade ideal que traduz projeto (material e/ou conceitual) de uma autoridade que define suas coleções enquanto referências, modelos e representações de definições hegemônicas de arte e de Arte Contemporânea.

2

ICOM: A museum is a non-profit, permanent institution in the service of society and its development, open to the public, which acquires, conserves, researches, communicates and exhibits the tangible and intangible heritage of humanity and its environment for the purposes of education, study and enjoyment (Disponível em: <<http://icom.museum/the-vision/museum-definition/>>)

Sobre as concepções ideológicas da arte e de suas instituições:
do Museu de Arte Contemporânea à concepção de Arquivo da Contemporaneidade
Giulia Crippa

Desde o século XIX assiste-se a formação clara do chamado sistema da arte. Esse sistema define um conjunto de afirmações que marcam o papel de cada um de seus atores e elementos. Nesse sentido, o museu também tem seu papel. Porém, os analistas da modernidade e da sociedade de massa, particularmente Benjamin (1962) e Marcuse (1969), propõem uma abordagem diferente à arte, de natureza claramente política, que permite seu deslocamento – e consequente releitura – para outro sistema, o da comunicação. Trata-se de um deslocamento que envolve, empiricamente, a proposta de instituição de lugares “alternativos” ao museu de arte como espaço em que é presente a experiência estética.

Nossas indagações movem-se de algumas perguntas: qual é o lugar simbólico das obras de arte contemporâneas dentro dos museus que as hospedam? Como tratar os produtos da projeção, do design, da moda, da gráfica, que desde o século XIX são objeto de discussão, em relação à sua inclusão/exclusão do sistema da arte? Qual é a autoridade que reside nos museus de arte contemporânea e como refletir, sobre as ideologias que presidem a institucionalização da arte?

O museu no sistema da arte

Apesar de ser possível traçar uma longa duração na constituição de um sistema da arte (HASKELL, 2002), é basicamente ao longo do século XIX que se observa sua efetiva estruturação complexa, que permite organizar as relações entre arte e sociedade burguesa. Trata-se, como é conhecido, de um sistema que se dota de um grau muito alto de autonomia, com suas próprias instâncias de seleção e de consagração (POLI, 2005).

É preciso lembrar, porém, que dentro desse sistema

[...] a economia acabou por coincidir com a cultura, fazendo com que tudo, inclusive a produção de mercadorias e a alta especulação financeira, se tornasse cultural, enquanto que a cultura tornou-se profundamente econômica, igualmente orientada para a produção de mercadorias (JAMESON, 2001, p. 73).

Sobre as concepções ideológicas da arte e de suas instituições:
do Museu de Arte Contemporânea à concepção de Arquivo da Contemporaneidade
Giulia Crippa

Em uma oposição “ideal”, em termos weberianos – já que sabemos que tais extremos não existem na realidade empírica – podemos observar dois polos dialéticos na estrutura desse sistema da arte: uma arte “comercial”, bem adaptada às demandas do público, que desde sua concepção até a realização visa o lucro e sucesso com seus produtos, reduzindo seus riscos, e, em contrapartida, torna-se rapidamente obsoleta; e uma arte que, de maneira idealizada, constitui-se em volta do paradigma da busca de novos valores estéticos, sempre propostos como contrários a anseios econômicos e de público.

Os processos de produção e consagração no âmbito do campo da arte, definido como autônomo – em seu modelo idealizado –, seguem proposições de natureza radicalmente antagônica à arte “de consumo”, opondo a arte ao comércio e à diversão, a cultura à indústria, a pureza à impureza, o autêntico ao *kitsch*, a elite à massa; quase perseguindo uma utopia que identifica na arte o vetor de transformação das condições de vida e das mentalidades. Nesse sentido, trata-se de uma verdadeira força política para uma nova sociedade.

Pode-se observar que a prática dominante que reinscreve a arte na segunda metade do século XX é a do espetáculo, na medida em que a estetização da política assumiu destaque, em detrimento da politização da arte. A generalização de estratégias estéticas finalizadas ao mercado em todos os setores das indústrias e do consumo apontam para o que Jameson (2001, p. 87) chama “desdiferenciação”, em que as manifestações culturais e artísticas justificam a definição de “sociedade do espetáculo”. Conforme Foster (1996), é no âmbito da espetacularização que o desejo das massas de superar a alienação é falsamente preenchido, na medida em que a mercadoria, enquanto instrumento de alienação, substitui o oferecimento de sentidos comunitários. O espetáculo representa “o ponto em que a aparência estética se torna uma função da natureza da mercadoria” (FOSTER, 1996, p. 130): a aura perdida da arte é substituída pela aura da mercadoria.

Por outro lado, a ideia de uma “arte que abria caminho para verdades superiores” (GREFFE, 2013, p. 73) em meados do século XIX identifica também uma vertente que valoriza estéticas funcionais e decorativas, permitindo a

Sobre as concepções ideológicas da arte e de suas instituições:
do Museu de Arte Contemporânea à concepção de Arquivo da Contemporaneidade
Giulia Crippa

identificação de criações utilitárias como roupas, mobiliário e objetos que retiram a proposta de arte enquanto ato de lazer ou de contemplação para os abastados. É nesse aspecto que se identifica o surgimento do interesse pelo design, enquanto “melhoria” na produção industrial que é vista como produtora de objetos feios e uniformes. Essa perspectiva nova, oriunda exatamente de uma sociedade imersa nos processos industriais, se volta para a criação de valores estéticos burgueses, propondo o “embelezamento” das mercadorias para todas as classes e igual dignidade para todas as formas de arte que se apresentam como úteis e democráticas. Trata-se de um movimento em busca de uma reabilitação, em plena revolução industrial, das artes aplicadas, industriais, de ornamento e de construção, e que se opõe à tradição estabelecida que identifica a arte principalmente com a pintura e, secundariamente, à escultura. O que entra em jogo na discussão são mercadorias produzidas em fábricas, como móveis, papéis de parede, tapeçarias, utensílios domésticos, têxteis, cartazes etc.

Em síntese, ao longo dos séculos XIX e XX, encontramos um esteticismo radical que propõe uma Arte Pura, vista como “instância social independente de qualquer função utilitária” (GREFFE, 2013, p. 73) ao lado de uma proposta relativa aos “detalhes” da vida cotidiana alavancada por uma “arte revolucionária”. Em ambos os casos, porém, trata-se de propostas que se discutem dentro de um sistema que não pode ignorar que a estetização do ambiente cotidiano é limitada no acesso para as camadas sociais mais baixas, diversamente do que acontece com o aparecimento da indústria cultural – e a conseqüente transformação na grande distribuição – em que se constata o aparecimento de fenômenos estéticos de massa: é o aparecimento das estéticas mercantis de massa, no cinema, na fotografia, na gravação musical, no design, nas lojas de departamento, na moda e, mais em geral, em todos os produtos esteticamente planejados.

Para entender o comportamento dos museus, pode ser útil voltar à época da produção industrial do século XIX, seguindo seus desenvolvimentos no século XX, quando as tipologias das coleções que tomam forma incorporam o fenômeno moderno da repetição, decorrente do processo de produção industrial. Deve-se constatar, de fato, que o impacto de uma maneira diferente de contemplar as coisas através de

Sobre as concepções ideológicas da arte e de suas instituições:
do Museu de Arte Contemporânea à concepção de Arquivo da Contemporaneidade
Giulia Crippa

avanços tecnológicos, tais quais a fotografia, a reprodução vertiginosa das imagens e a multiplicação das formas de exibição, tornaram o princípio de novidade uma questão central.

No lugar de serem rejeitados, os aspectos seriais e mecânicos da cultura industrial passaram a ser valorizados como sinais do espírito moderno que trocava a antiguidade e a autenticidade pela novidade e pela quantidade. As coleções museológicas refletem a cultura da produção serial agregando múltiplas versões dos mesmos objetos, organizados sistematicamente para revelar as características comuns, distanciando-se, cada vez mais, das seleções sofisticadas de objetos raros ou de exemplares únicos, até então expostos com a finalidade de destacar as diferenças.

A percepção moderna, porém, pode ser melhor compreendida ao distinguirmos duas noções, a de "autenticidade" e a de "singularidade": a proliferação massiva de cópias constrói-se às custas do fim da autenticidade, que se supõe apoiar-se em um objeto original ou fundador. O que se encontra na base do princípio de autenticidade – ligado a uma noção de essência – é que só um objeto primário garantiria a comunicação de um significado de maneira imaculada e irrevogável, significado que desapareceria na reprodução (BENJAMIN, 1962). As cópias que não possuem tal essência perdem imediatamente de valor, sendo consideradas imitações superficiais. Em função de sua exclusividade, o objeto autêntico tem seu prestígio aumentado.

A autenticidade adquire feições de fetiche, o objeto é a representação de épocas em que havia uma percepção mais direta das coisas, em primeiro lugar por não estarem presentes as múltiplas facetas do capital e sua configuração complexa de sistema de equivalências falsas que se identificam com o valor de troca, assim como os processos mecânicos de reprodução, nos quais as cópias proliferam sem explicitar o valor da originalidade. Na medida em que a autenticidade é singular diacrônica e sincronicamente, ela é pouco presente e, nesse sentido, opõe-se aos processos de modernização.

Em uma reflexão histórica sobre coleções, referenciamo-nos em um modelo institucionalizado relacionado ao museu e à sociedade burguesa que o produz. Observa-se que o museu apresenta-se aos públicos como instituição urbana e é nesse ambiente que adquire suas características, operando como mediador da cultura urbana e da experiência burguesa

Sobre as concepções ideológicas da arte e de suas instituições:
do Museu de Arte Contemporânea à concepção de Arquivo da Contemporaneidade
Giulia Crippa

que nele se interpreta. Além de uma função memorialista monumental que lhe compete, suas formas são dialéticas com o rosto das cidades que o hospeda, enfatizando suas características de espaço extraordinário.

Contemporaneamente ao desenvolvimento do museu como apêndice do mundo burguês, as grandes exposições e feiras internacionais, desde o século XIX, colocam-no em destaque, centralizam utopias e anseios para o futuro, materializando-o como algo que já se torna presente: expõe o futuro/presente de maneira positiva, e em seus espaços os avanços tecnológicos são encenados abrangendo todos os aspectos da vida individual e coletiva. A “utopia presente” das feiras é, em todos os sentidos, uma narração que se fundamenta na engenhosidade e no intelecto humano, capaz de materializar-se nos objetos e projetos tangíveis, mascarando suas feições utópicas na produção material que a torna visível. São também lugares onde se expõe aquilo que é definido arte pelos atores do sistema da arte que participam do projeto e realização desses eventos. Mais especificamente, feiras e exposições são lugares de exposição da arte “contemporânea” institucionalmente selecionada e idealizada, testemunha, como as realizações tecnológicas, de uma época e de seus anseios, dentro das narrativas utópicas encenadas.

Ao lado do museu, representação de um passado narrado como caminho para a utopia de uma modernidade radiosa, conforme os desenhos de uma burguesia positiva, estava presente, sem solução de continuidade, seu espelho: a exposição, a feira do futuro. Admirar as conquistas do passado levaria a optar pelo inevitável futuro ideal em que a ciência, a tecnologia e as mercadorias nos propiciariam felicidade.

O século XX preserva tais idealizações em sua manutenção da ideia de museu até a expansão dos fenômenos ligados à globalização dos mercados, quando se percebe uma mudança que pode ser vista como ideológica na relação com os museus por parte dos Estados e das administrações públicas. A sociedade de consumo impõe aos museus novas condições, dentre as quais se destacam:

1) A presença mais ampla do mercado – como juiz do gosto – e do sucesso da indústria do espetáculo, paralelos à economia da informação, baseada no conhecimento e na criatividade;

Sobre as concepções ideológicas da arte e de suas instituições:
do Museu de Arte Contemporânea à concepção de Arquivo da Contemporaneidade
Giulia Crippa

2) O aparecimento de novos mercados consumidores, portanto de novos públicos;

3) O crescimento de modelos urbanos multiculturais, em que as várias comunidades se apresentam como protagonistas culturais, buscando ferramentas que (re)definem suas identidades.

Perante esse quadro, os museus têm delineado algumas tendências que se manifestam, além da proposta – cada vez mais aprimorada – de percursos educacionais: na espetacularização de seus prédios e de seus aparelhos expositivos, em busca de repercussão midiática; na comercialização e privatização de suas atividades, na tentativa de equiparar os museus a empresas.

Pensando a cultura e a arte na contemporaneidade

As sociedades ocidentais, conforme Alain Touraine (2005), foram descritas ao longo da história utilizando, em um primeiro momento, categorias políticas (ordem/desordem, paz/guerra, rei/nação) e, em seguida, com o desenvolvimento da Modernidade, em termos econômicos (classes sociais/riqueza, burguesia/proletariado, estratificação/mobilidade social). O autor também sustenta que as categorias políticas e econômicas não contribuem mais para a definição das características da sociedade contemporânea, pois, nela, o que passa a ocupar o lugar central é o papel desempenhado pelas categorias culturais.

Quando se fala em cultura, precisamos observar os novos significados desse termo. No Ocidente, com efeito, a cultura modificou, nos últimos anos, sua natureza e seus mecanismos de funcionamento, não podendo mais ser considerada um conjunto de formas expressivas, valores e normas, mas sim, tornando-se um mundo concreto e fisicamente presente do capitalismo, do consumo, da moda, da mídia e da indústria cultural, cada vez mais global e dominado pelo capital das multinacionais, também capaz de funcionar conforme a lógica da web e do espetáculo midiático, que conquistou o imaginário coletivo e individual.

Sobre as concepções ideológicas da arte e de suas instituições:
do Museu de Arte Contemporânea à concepção de Arquivo da Contemporaneidade
Giulia Crippa

James Lull (2000, p. 268) faz referência a esse mundo quando fala de “espaço estético desterritorializado”, entendendo, com isso, um espaço confuso e fragmentário que, de fato, tende a se articular seguindo múltiplas dimensões, tornando difícil aos indivíduos o processo tradicional de enraizamento em um grupo social determinado no âmbito de um território. Além disso, esse espaço opera geralmente de forma extranacional e potencialmente global, apresentando-se, paradoxalmente, sem espaço, como consequência do processo de movimentação constante que caracteriza, atualmente, mercadorias, pessoas e mensagens. O autor afirma que esse espaço estético é intermediário entre o “aqui” e o “ali”, entre a sociedade e o si, entre o material e o simbólico, pois a cultura, hoje, coloca-se confusamente entre o local e o global, entre o coletivo e o individual e entre as formas mediadas e imediatas da experiência.

A força do espaço estético desterritorializado reside na sua capacidade em superar os limites da palavra escrita e oral, adotando linguagens simbolicamente mais ricas e menos analíticas, fundamentadas nas emoções, como as imagens e a música. Trata-se, em suma, de um espaço que explora plenamente a natureza difusa da dimensão estética, que é capaz de ativar a esfera sensorial e perceptiva envolvendo, portanto, o âmbito corporal. No seu interior vale, principalmente, a novidade do estímulo produzido e a excentricidade. A criação desse espaço torna possível uma manipulação e uma mobilidade de sentidos e símbolos que facilitam a entrada no ciclo de valorização capitalista da dimensão imaterial, tornando-a mais disponível à exploração das forças econômicas em escala global (SILVERSTONE, 2009).

Observa-se, assim, a desagregação das dicotomias consolidadas de real/virtual, economia/imaginário, cultura de massa/alta cultura. Isso acontece como consequência de dois processos: a transformação da cultura em mercadoria, devido à quantidade de informação, imagens e sons; e a transformação da mercadoria em cultura, pois o mercado enriqueceu sua capacidade de criar significados e valores e de fazê-los circular na sociedade, englobando as produções artísticas e, principalmente, propondo-se, cada vez mais, como instrumento capaz de gerar mensagens e espetáculos.

Desses fenômenos ainda conhecemos relativamente pouco, pois a relação que existe entre cultura e sistema econômico e industrial não tem

Sobre as concepções ideológicas da arte e de suas instituições:
do Museu de Arte Contemporânea à concepção de Arquivo da Contemporaneidade
Giulia Crippa

sido tão amplamente explorada. Sobre a indústria cultural é conhecida a análise de Horkheimer e Adorno (1966). Nela, os dois sociólogos acusam a produção de massa de fundamentar-se em uma lógica de homogeneização e padronização, em que as mercadorias tornam-se cada vez mais iguais pelo processo de industrialização. Para eles, este contexto também se aplica aos bens culturais. Com efeito, na época em que elaboraram suas teorias, os sonhos de consumo expressavam-se mediante um gosto homogêneo e de massa, de modo que pudessem possuir a mesma geladeira ou assistir aos mesmos shows na TV.

Mais recentemente, Lash e Lury (2007) procuraram atualizar a interpretação de Horkheimer e Adorno, afirmando que os produtos da indústria cultural caracterizam-se por um processo de diferenciação, pois, na situação atual, os objetos culturais não são mais vistos como rigidamente impostos a destinatários considerados meramente passivos, mas, sim, apresentam-se como indeterminados na medida em que se transformam ao longo dos processos de circulação e apropriação social, adquirindo, nesse caminho, um valor econômico.

Uma vez que deixamos de considerar o destinatário do contexto cultural como um receptor passivo, passamos a dispor de uma série de recursos e ferramentas para propiciar ao destinatário – que, agora, passa a ocupar merecida posição de destaque – experiências que possam enriquecer e agregar valor ao seu ato de aquisição cultural, como, por exemplo, oferecer-lhes agradáveis e enriquecedoras experiências por meio da utilização da experiência de consumo.

É de uma estética do consumo e do divertimento, que o espetáculo trata: não mais artes destinadas a comunicar com forças invisíveis e superiores, a elevar a alma através da experiência estética, mas de experiências de consumo, lúdicas, emocionais, aptas a divertir, a proporcionar prazeres efêmeros e aumentar as vendas.

Com seus valores de hedonismo e diversão, a sociedade de consumo de massa como sociedade do espetáculo impõe uma cultura estética em que os produtos somam valores formais e emocionais. As lógicas de mercado, cada vez mais fundamentadas na individualização extrema, integram as vanguardas através da aceitação, do apoio e da procura de e por parte das

Sobre as concepções ideológicas da arte e de suas instituições:
do Museu de Arte Contemporânea à concepção de Arquivo da Contemporaneidade
Giulia Crippa

instituições oficiais, em contraposição a uma cultura modernista baseada em uma lógica subversiva “antiburguesa”. Se o Modernismo apontava para realidades periféricas e marginais, na nova lógica cultural e artística do capitalismo os universos da produção, comercialização e comunicação das mercadorias integram os fenômenos estéticos, que constituem amplos mercados moldados por poderes econômicos de porte global. Pode-se afirmar que as oposições entre arte e indústria, entre cultural e comercial e entre autêntico e cópia, acaba na multiplicação de estilos, tendências, locais dedicados à arte. O domínio da vida cotidiana é estetizado, enquanto, por outro lado, a arte passa por um processo que, ao mesmo tempo, envolve sua monetarização pura e sua perda de definição.

É, assim, dentro de um quadro de estética de consumo e de diversão, que precisamos inserir os museus: as arquiteturas de imagens, os projetos expográficos fazem sucesso por si mesmos, por serem atrativos, e suas dimensões espetaculares funcionam como vetores promocionais nos mercados concorrenciais do turismo cultural. Nos museus de todos os tipos, em constante multiplicação, cada objeto é, com efeito, estetizado e adquire um valor de exposição no lugar daqueles valores rituais aos quais Benjamin se referia, ou funcionais, propostos pela arte revolucionária. O mesmo acontece com o olhar turístico que encontra, em todos os lugares, paisagens para admirar e fotografar, como se fossem cenários ou pinturas. A dimensão artística proposta pelo mercado é da ordem do projeto e das estratégias empresariais, e não dos resultados obtidos, revelando algumas contradições que envolvem a produção artística e os museus.

Para entender a relação entre mercadorias e cultura, vale a pena sintetizar as reflexões de Appadurai (2014), que identifica alguns elementos inerentes às mercadorias no Capitalismo:

1) A mercadoria possui um “espírito”. O autor argumenta que é necessário um exercício de definição de mercadoria, pois ela não pertence unicamente ao espaço das economias industriais e dos historiadores econômicos, mas é assunto de interesse para os antropólogos e os historiadores da arte;

2) Existem estratégias (individuais e institucionais) que fazem da criação de valor das mercadorias um processo politicamente mediado;

Sobre as concepções ideológicas da arte e de suas instituições:
do Museu de Arte Contemporânea à concepção de Arquivo da Contemporaneidade
Giulia Crippa

3) Entre modelos de curto e longo prazo na circulação das mercadorias, o controle social e a redefinição política exercem um controle sobre o consumo, controle, esse, regulado por desejos e demandas;

4) A política do valor é, em muitos contextos, política do conhecimento. Essa afirmação do autor centraliza a relação entre conhecimento e mercadorias.

O processo de espetacularização da mercadoria em moldes que enfraquecem definitivamente as fronteiras entre a cultura e o consumo se revela nas práticas comerciais, em que se encontram *concept stores* que oferecem serviços culturais e de entretenimento ao lado das compras, onde os consumidores encontram a possibilidade de realizar experiências culturais em lugares no âmbito do que Augé (2010) chamava de não-lugares (shoppings, estações rodoviárias, de trem, aeroportos etc.) em que se criam atmosferas diferenciadas do cotidiano, propondo o ato de consumo como resultado de uma busca que é, também, estética. Assim, como já acontecia no Japão, em que os museus estão nas lojas de conveniência, ou em Las Vegas, em que obras primas do Guggenheim e do Hermitage compartilham o espaço das *slot machines* e dos cassinos no *Venice Hotel* (DAVIS, 2007), o mesmo acontece em centros comerciais de capitais e de cidades interioranas do Brasil. Criatividade, arte e cultura tornaram-se, portanto, valor agregado para as empresas. Na sociedade do espetáculo, o *marketing* de mercadorias e serviços demanda cada vez mais valores simbólicos e estéticos.

A hierarquia do museu e a hierarquia do arquivo: uma proposta política

Expomos, brevemente, algumas das questões que nos parecem alicerces da produção e circulação de mercadorias dentro de um sistema aparentemente autônomo: o da arte, que, porém, para além da superfície ideológica, fundamentam reflexões sobre questões de seleção e circulação de memória, no caso da construção da memória institucional do que chamamos arte. Vimos que a definição de arte é ligada ao sistema que a produz, mas que ele evidencia as infiltrações da economia de mercado e

Sobre as concepções ideológicas da arte e de suas instituições:
do Museu de Arte Contemporânea à concepção de Arquivo da Contemporaneidade
Giulia Crippa

da estetização das mercadorias, em um sistema de consumo. Foi colocado o papel do museu de arte como um dos atores do sistema da arte, que adquire o papel de legitimação da produção artística. Em síntese, podemos citar Hobsbawn quando afirma que:

O que caracteriza as artes no nosso século é sua dependência de uma revolução tecnológica historicamente única – em particular a tecnologia da comunicação e da reprodução – e a transformação que elas atravessaram em decorrência dessa revolução. Quanto à segunda força que revolucionou a cultura, isso é, a sociedade dos consumos de massa, ela não pode ser pensada sem a revolução tecnológica, por exemplo, sem o cinema, o rádio, a televisão e os dispositivos portáteis para ouvir música [...]. As velhas artes visuais, como a pintura e a escultura, permaneceram até não muito tempo atrás mero artesanato, simplesmente, não faziam parte da industrialização – disso, diga-se de passagem, a crise em que se encontram atualmente. (HOBSBAWN, 2013, p. 21, tradução livre)

Depois de observar, então, como se estabelece a relação entre o museu e o sistema da arte e como este, por sua vez, entrelaça sua existência ao mundo do mercado, pretendemos fornecer o exemplo de uma proposta política para a seleção, a preservação e a circulação da Arte Contemporânea. Em primeiro lugar, é necessário pensar na lógica da fenomenologia da comunicação, e não mais de um sistema idealmente autônomo como o da arte, assim como observado pelo próprio Hobsbawn (2013), mas já claramente destacado por Benjamin (1962), que afirma que as obras não devem ser consideradas um *unicum*, mas podem ser multiplicadas, tornando, assim, possível construir uma arte para muitos, potencialmente para todos. Substancialmente, era possível atuar em prol de uma revolução dentro da própria ideia de arte. Essa linha de pensamento é marcada, em um momento sucessivo, pelas contribuições de críticos como Gillo Dorfles (1968), que expressa posições sensíveis à impossibilidade de simplificar os problemas colocados pela comunicação como algo a ser recusado ou aprovado sem discussão, bem como de Umberto Eco (1964), para o qual a liberdade da cultura se fundamenta na clareza da análise das maneiras de

Sobre as concepções ideológicas da arte e de suas instituições:
do Museu de Arte Contemporânea à concepção de Arquivo da Contemporaneidade
Giulia Crippa

viver, dos projetos de sociedade e das concepções das formas de mudança da mesma.

Com Eco (1964) e Dorfles (1968) observa-se como o sistema da comunicação passa a ser considerado em sua complexidade pela riqueza da mídia e sua articulação, partindo do princípio que há qualidades diversas na comunicação estética. Dessa maneira, o design, produto da criação de um projetista, mas que é voltado à produção de massa, elimina a ideia de original, pois cada peça produzida é original em seu ser cópia, e todas as cópias carregam a marca do autor. Ambos os autores desenharam esse percurso em uma época na qual o debate sobre o design torna-se crucial, pois é ligado à produção industrial enquanto a qualificação de arte era atribuída às peças feitas à mão.

Nos anos ao redor de 1968, as instituições da arte, mas não somente elas, são contestadas e a arte, vendida pelas galerias e, mais em geral, institucionalizada, é rejeitada. Os artistas, debatem seu papel e, em todos os lugares, querem tornar-se parte necessária do diálogo com os públicos, com os operários, com as massas proletárias. Juntam-se aos estudantes, participam de protestos, de invasões. A arte torna-se política, enquanto a rejeição da sociedade capitalista e burguesa se explicita. Assim, na década de 1970 acontece algo imprevisível: o peso da pintura, além do crescimento desmedido do mercado dos impressionistas e de alguns poucos contemporâneos, é cada vez menor, pois no debate essa arte é colocada à margem, bem como o museu, enquanto moda e design conquistam, nas grandes capitais ocidentais, um papel nunca conhecido antes.

Dessa situação decorre a necessidade de repensar o que é uma coleção e quais são os espaços melhores para acolhe-las, além de pensar quais profissionais devem ocupar-se delas.

O design e, ao lado dele, as produções gráficas, aquelas relativas a manifestos de propaganda ou de publicidades, tornam-se elementos destinados a forçar uma revisão das concepções de arte propostas pelo sistema instituído no século XIX e que envolve os museus. Com efeito, somente a observação de certa forma *serial* de uma coleção de manifestos – como já destacava Benjamin (1962) em relação às coleções de sua época – permite desenvolver observações acerca de possíveis *modelos*.

Sobre as concepções ideológicas da arte e de suas instituições:
do Museu de Arte Contemporânea à concepção de Arquivo da Contemporaneidade
Giulia Crippa

Mas, se pararmos para pensar, serialidade e museu são propostas, no limite, antagônicas. O lugar ao qual pertence a ideia de série é o arquivo. É necessário, porém, diferenciar a proposta de um arquivo que possa conter essa diversidade de materiais (que compreende projetos, objetos, fotografias, obras de arte, objetos tridimensionais) dos arquivos tradicionais, compostos, em sua grande parte, por documentos em papel. Trata-se de construir um modelo diferente, para encontrar o contemporâneo em sua articulação complexa. Desde o século XIX e, principalmente, ao longo do XX, assiste-se à codificação da arte como fotografia e torna-se hábito considerar como arte o projeto de design, de arquitetura, de moda, bem como já se tinha uma visão da sátira e da caricatura como expressão de natureza estética. Onde se colocam, então, as fronteiras da arte? Faz sentido buscar os limites entre a fotografia como arte ou como documentação? E, ainda: por que perseguir a construção de hierarquias entre o desenho de projeto, a *affiche*, a ilustração, como buscam fazer as vendas nas galerias, que estabelecem os preços mais altos para as pinturas, abaixando-os até os produtos gráficos? Não parece mais possível um confronto unicamente com uma tradição estética iluminista e pós-romântica; é necessário ver além e, ao mesmo tempo, perseguir as propostas que, naqueles anos, investem a renovação do campo disciplinar da história, principalmente graças à escola dos *Annales* e aos medievalistas como Duby e Le Goff, que utilizam imagens, documentos e monumentos e que propõem uma leitura da história da arte bem diferente dos esquemas evolucionistas formais dos estudiosos tradicionais.

Arturo Carlo Quintavalle (2010) oferece um exemplo dos procedimentos de análise que podem explicar essa abordagem, referindo-se aos estudos preparatórios de Pisanello, desenhos e esboços de roupas que foram preservados e que, hoje, são utilizados para o estudo da história da moda. O autor se pergunta:

[...] como é que tudo que é projeto, tudo que é tecido histórico do nosso passado, e documento, como a fotografia, acaba se perdendo? [...] Como acontece que dos artistas não se coletam também os percursos de pesquisa preparatórios das obras? (QUINTAVALLE, 2010, p. 17, tradução livre).

Sobre as concepções ideológicas da arte e de suas instituições:
do Museu de Arte Contemporânea à concepção de Arquivo da Contemporaneidade
Giulia Crippa

Nesse sentido, pode-se conceber um lugar que é arquivo não como lugar que “espelha”, ainda que com todas as distorções que Foucault assinala – uma instituição produtora –, mas como “espelho” da cultura como comunicação. O arquivo como assim concebido mantém, com o arquivo tradicional, o princípio da “série”, mas é atravessado por uma concepção idealmente não hierárquica dos materiais que acolhe, que são o reflexo dos princípios da escola dos *Annales* de que documentos são monumentos e monumentos são documentos.

Para entender a proposta de “Arquivo da Cultura”, “Arquivo da Contemporaneidade” em alguma medida dialético com o Museu de Arte Contemporânea, é necessário observar alguns processos de organização na formação das coleções e no *display* possível das duas tipologias em análise.

A configuração tradicional do arquivo é de lugar de depósito de papeis, documentos, materiais não conotados pelas definições de arte. Aquilo que se preserva em um arquivo são as testemunhas de organizações e de culturas, e é tarefa dos arquivistas encontrar tais testemunhas e interpretá-las, estabelecendo relações entre esses documentos, textos, imagens. Idealmente, o arquivo não oferece uma ordem de leitura preestabelecido, pois podemos dizer que os documentos, no máximo, têm em comum o fundo de proveniência. Teoricamente, o arquivo pode ser utilizado por todos, enquanto sistema de apoio para qualquer pesquisa sendo, nesse sentido, diferente de um sistema finalizado para si mesmo. Sem nunca esquecer que na base de um arquivo há sempre uma seleção, ainda assim, é uma instituição que aponta para – na organicidade de seus documentos – uma “igualdade” entre seus materiais, que não se organizam em sentido hierárquico, evolutivo, ou conforme modelos de interpretação. O arquivo é um lugar no âmbito do qual a própria definição de arte e de criação artística, no sentido tradicional do termo, não encontra espaço. A função do arquivo, portanto, é de não privilegiar determinados “textos” em detrimento de outros: no arquivo todos os documentos se dispõem no mesmo nível, sem hierarquias ou rótulos que apontem para qualidade ou elementos estéticos.

Por sua vez, o museu é o lugar, por definição, dos monumentos, organizados a partir de um estatuto radicalmente diverso dos documentos.

Sobre as concepções ideológicas da arte e de suas instituições:
do Museu de Arte Contemporânea à concepção de Arquivo da Contemporaneidade
Giulia Crippa

Independentemente de serem dedicados à arte antiga ou contemporânea, a organização dos monumentos nos museus é de natureza hierárquica, caracterizado por modelos narrativos que fundamentam a composição de um sistema de textos distribuídos pelos vários espaços expositivos: a divisão por escolas, ou as figuras individuais dos artistas, dispostas nesses espaços, implica em juízos de valor. A escolha da ordem dada reflete decisões sobre a qualidade das obras selecionadas e ordenadas. Por exemplo: se o museu escolhe uma ordem "temporal", sinaliza uma distinção em períodos de produção de uma escola, ou de um artista, significando aquilo que os críticos consideram significativo; se a escolha for de distinção entre movimentos, aos artistas é atribuído um papel diferente, qualificando-os e hierarquizando-os, e assim por diante, se for uma seleção ligada aos centros de produção ou de tipo monográfico.

A pergunta que se coloca é, assim, se essas distinções devem ser aceitas e se tais esquemas podem ser aplicados, de maneira acrítica, a obras complexas de projeção, de design ou de fotografia. É com base na escola de Frankfurt e dos estudos semióticos que podem ser observadas as mudanças nos modelos de interpretação, pois é no âmbito desses estudos que se observa o debate e a oposição entre o museu e o arquivo. Considerando o sistema da comunicação como analisado pela Escola de Frankfurt, as funções do museu não podem mais se limitar à proposta de gêneros na arte. Para Horkheimer e Adorno (1966), havia uma crise da sociedade de consumo que envolve o modelo de produção de elite. Benjamin (1962) e Marcuse (1969), por sua vez, escolhem dialogar com a realidade do consumo observando aspectos diferentes.

Benjamin (1962), com efeito, analisa o potencial revolucionário da reprodução técnica, afastando-se, portanto, do mito do original. Marcuse (1969), por sua vez, analisa e critica as contradições internas à sociedade de consumo. Posto isso, torna-se imprescindível uma avaliação diferente da produção em série, comumente definida de massa, dentro da dialética museu-arquivo. Queremos, aqui, destacar que não se trata do que é exposto nos museus, que pode, sim, ser oriundo de uma produção industrial (poderíamos fornecer inúmeros exemplos de artistas que propõem obras materialmente constituídas por esses objetos, ou que discutem, em suas

Sobre as concepções ideológicas da arte e de suas instituições:
do Museu de Arte Contemporânea à concepção de Arquivo da Contemporaneidade
Giulia Crippa

obras, a questão dos produtos de massa), mas do próprio conceito de museu como lugar que determina *narrativas* produzidas pelo sistema da arte. A questão central, que é política, é que nesse debate o sistema da comunicação é um sistema de signos, como analisado pela semiótica e, para tanto, esse sistema se atrela a uma concepção não hierárquica da arte, como se faz presente nos arquivos.

Dito isso, na constituição de um arquivo, a coleta de documentos é sistemática, mas, no seu interior, não hierárquica. Isso é, dentro do conjunto da comunicação não se privilegia uma tipologia documental – por exemplo, uma tela, ou uma escultura – em relação a um projeto de design ou a uma maquete. Em síntese, pesquisando em um conjunto de materiais não hierarquizados, no modelo de um arquivo em que se apresentam séries, é possível entender o sistema, o contexto. A escolha de não distinguir os monumentos dos documentos leva ao entendimento dos processos através da aplicação dos modelos de análise propostos pela semiótica (comunicação) e pela antropologia estruturalista que, por sua vez, aponta para possibilidade de análise sistemática do espaço e dos signos de maneira sincrônica e não hierárquica das funções.

Considerações finais

Este artigo sugere observar o modelo de um sistema de arte enquanto proposição que se identifica como ideológica em seu desenvolvimento das relações com a sociedade capitalista e que, através dos museus, identifica-se com modelos sociais, econômicos e políticos. Por outro lado, a existência de modelos narrativos alternativos, quais podem ser identificados em propostas de arquivo, que cria sequências de obras de arte e coloca em paralelo mídia, fotografia, design e projeto, propõem uma alternativa interessante para a concepção da contemporaneidade, muito mais maleáveis do que aquelas propostas pelo museu. É aquele que adentra o arquivo que poderá escolher entre as muitas estruturas narrativas possíveis, que permitirão a construção de sentidos diferentes através dos documentos, textos e imagens com as quais se depara. Trata-se de uma proposta que subtrai autoridade à

Sobre as concepções ideológicas da arte e de suas instituições:
do Museu de Arte Contemporânea à concepção de Arquivo da Contemporaneidade
Giulia Crippa

narrativa do museu, pois o arquivo estabelece a consciência ativa de que não há uma única arte, um único percurso de leitura, mas muitos possíveis. O arquivo devolve, a cada “leitor” – em um ambiente que não se inscreve mais em um sistema autônomo da arte, mas que com ele deve dialogar –, a potencialidade da história como chave interpretativa do presente, através da fotografia, da moda, do design, da projeção, da pintura e da escultura, em um quadro já desenhado pelo Benjamin (1962) de sentido da história, tornando suas linguagens diferentes compatíveis pela moldura propiciada na organização do modelo de arquivo, e não de narrativa museológica.

Nossa análise, obviamente, precisa de um conjunto de aprofundamentos que envolvem a relação do museu com seus próprios arquivos e, com certeza, carece de todas as reflexões que abrangem os aspectos de falso/verdadeiro dentro do arquivo, a partir do que discutido por Foucault (1988). Carece de exemplos e comparações, que não puderam ser incluídas por exigências de espaço. O que procuramos fazer, foi delinear, esboçar alguns elementos que pertencem ao espaço político da arte através de sua institucionalização e de sua inscrição em sistemas – o da arte e o da comunicação – que foram desenhados de maneira talvez simplificada e excessivamente oposta, mas com a finalidade de destacar opções ideológicas claras, o de uma fruição da arte ligada a uma visão de museu que, em suas narrativas hierárquicas define um sistema fechado às intervenções críticas de público e aquela do arquivo, aparentemente mais “democrática”, mais aberta e dialógica com o sistema da comunicação.

É claro que, no que foi dito, faltam os aprofundamentos sobre os problemas que arquivos dessa natureza, não “tradicionais” comportam. Com efeito, não pode ser evitada a reflexão sobre as novas materialidades desses arquivos, que leva a considerar figuras diversas das do arquivista tradicional. Sem considerar que, como apontamos marginalmente, não se trata de um arquivo produzido por uma entidade, uma organização, mas de “arquivos culturais”, que precisam ser melhor esclarecidos em suas estruturas e em suas modalidades de “abertura” aos públicos. Tudo isso não foge ao nosso entendimento. Porém, o que se quis, aqui, foi discutir alguns aspectos que consideramos relevantes em uma reflexão sobre a relação entre arte e política que, em momento nenhum, pode ser abstraída das instituições que dela se ocupam.

Sobre as concepções ideológicas da arte e de suas instituições:
do Museu de Arte Contemporânea à concepção de Arquivo da Contemporaneidade
Giulia Crippa

Referências

- APPADURAI, Arjun. *Il futuro come fatto culturale: saggi sulla condizione globale*. Milano: Cortina, 2014.
- AUGÉ, Marc. *Não lugares: introdução a uma antropologia da supermodernidade*. Campinas: Papirus, 2010.
- BENJAMIN, Walter. *Ângelus Novus: saggi e frammenti*. Torino: Einaudi, 1962.
- DAVIS, Mike. *Cidades mortas*. Rio de Janeiro: Record, 2007.
- DORFLES, Gillo. *Artificio e natura*. Torino: Einaudi, 1968.
- ECO, Umberto. *Apocalittici e integrati: comunicazione di massa e teorie della cultura di massa*. Milano: Bompiani, 1964.
- FOSTER, Hal. *Recodificação: arte, espetáculo, política cultural*. São Paulo: Casa Editorial Paulista, 1996.
- FOUCAULT, Michel. *Le parole e le cose: un'archeologia delle scienze umane*. Milano: B.U.R., 1988.
- GREFFE, Xavier. *Arte e Mercado*. São Paulo: Iluminuras: Observatório Itaú Cultural, 2013.
- HASKELL, Francis. *Le Musée éphémère: les maîtres anciens et l'essor des expositions*. Paris: Gallimard, 2002.
- HOBSBAWN, Eric J. *La fine della cultura: saggi su un secolo in crisi di identità*. Milano: BUR, 2013.
- HORKHEIMER, Max; ADORNO, Theodor. *Dialettica dell'Illuminismo*. Torino: Einaudi, 1966.
- JAMESON, Friederic. *A cultura do dinheiro: ensaios sobre a globalização*. Petrópolis: Vozes, 2001.
- LASH, Scott; LURY, Célia. *Global culture industry: the mediation of things*. Cambridge: Polity Press, 2007.

Sobre as concepções ideológicas da arte e de suas instituições:
do Museu de Arte Contemporânea à concepção de Arquivo da Contemporaneidade
Giulia Crippa

LE GOFF, Jaques. Documento/Monumento. In: *Enciclopédia Einaudi*, vol. V, Torino: Einaudi, 1978.

LULL, James. *Media, communication and culture: a global approach*. Cambridge: Polity Press, 2000.

MARCUSE, Herbert. *Cultura e società*. Torino: Einaudi, 1969.

MORTON, Alan. Il passato del domani: i musei della scienza e il futuro. In: LUMLEY, Robert. *L'industria del museo: nuovi contenuti, gestione, consumo di massa*. Milano: Costa & Nolan, 2005.

NEGRI, Antonello. *L'arte in mostra. Una storia delle esposizioni*. Milano: Bruno Mondadori, 2011.

POLI, Francesco. *Il sistema dell'arte contemporanea*. Bari: Laterza, 2005.

QUINTAVALLE, Arturo Carlo. *Nove100*. Milano: Skira, 2010.

SILVERSTONE, Roger. *Mediapolis: la responsabilità dei media nella civiltà globale*. Milano: Vita e Pensiero, 2009.

STERNBERGER, Dolf. *Panorama del XIX secolo*. Bolonha: Il Mulino, 1985.

TOURAINÉ, Alain. *Un nouveau paradigme. Pour comprendre le monde d'hajourd'hui*. Paris: Fayard, 2005.

Recebido em 17/10/2016

Aprovado em 16/04/2017